

УДК 338.2

СТРУКТУРА СБАЛАНСИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

Селезнева М.В.,

*старший преподаватель кафедры Менеджмента и предпринимательства
ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»,
Екатеринбург, Россия*

Аннотация. Актуальность темы статьи обусловлена ростом требований к управляемости компаний, возможностей реализации их стратегических целей и задач в современных условиях. Можно отметить, что в настоящий момент успех коммерческой организации в большей степени зависит от компетенции менеджмента компании касающихся доведения задач до каждого исполнителя и квалифицированного использования инструментов контроля и координации. Результаты исследования показывают, что основная структуризация модели сбалансированных показателей вокруг функциональных областей должна быть дополнена анализом причинно-следственных связей.

Ключевые слова: Стратегический менеджмент, система сбалансированных показателей, ключевые показатели эффективности, контроль, координация

STRUCTURE OF THE BALANCED SCORECARD

Selezneva M.V.,

*Senior Lecturer of the Department of Management and Entrepreneurship,
Ural State University of Economics,
Yekaterinburg, Russia*

Annotation. The relevance of the topic of the article is due to the growing requirements for the manageability of companies, the possibilities of implementing their strategic goals and objectives in modern conditions. It can be noted that at the

moment, the success of a commercial organization largely depends on the competence of the company's management regarding bringing tasks to each performer and the qualified use of control and coordination tools. The results of the study show that the basic structuring of the balanced scorecard model around functional areas should be supplemented by an analysis of cause-and-effect relationships.

Keywords: Strategic management, balanced scorecard, key performance indicators, control, coordination

Авторы концепции системы сбалансированных показателей предлагают использовать для оценки эффективности деятельности коммерческих организаций систему индикаторов, касающихся таких функциональных областей как обслуживание клиентов, маркетинг и обучение персонала, финансы и операционная деятельность. Как правило каждый из параметров описывается комплексом количественных и качественных индикаторов, позволяющих наиболее полно оценить эффективность и успешность компании. Такой подход связан с тем, что количественные показатели могут не отражать всех факторов, влияющих на бизнес, таких как качество продукции, удовлетворенность клиентов, уровень инноваций и т. д.

Система сбалансированных показателей (ССП) это современная методология реализации стратегии организации и постановки общекорпоративных и индивидуальных целей. СПП позволяет связать финансовые цели с нефинансовыми и обеспечить более целостный подход к управлению организацией. Таким образом комплексная система показателей является важным инструментом для разработки и реализации стратегии организации, учитывающим как финансовые, так и нефинансовые факторы ее успешности [1]. Впервые комплексное представление о СПП было представлено в книге Роберта Каплана и Дэвида Нортона «От стратегии к действию», опубликованной в 1987 году.

В связи с последними изменениями на рынке многие отрасли промышленности, такие как строительство, автомобильная промышленность и металлургия, претерпели серьезные изменения. Руководители компаний могут не осознавать необходимость пересмотра своей стратегии развития или ее разработки. В этом контексте ССП может помочь руководству компании определить свои стратегические цели и разработать план действий для их достижения. ССП предоставляет структуру и методологию для разработки стратегических целей, и планирования действий, что позволяет руководству принимать более обоснованные решения и более эффективно управлять организацией. Кроме того, ССП помогает организации адаптироваться к изменениям внешней среды и быстро реагировать на новые возможности и угрозы. Это особенно важно в условиях высокой неопределенности и быстро меняющегося рынка, где организации должны быть готовы к постоянным изменениям и адаптации. Таким образом, ССП является важным инструментом для руководства компании, помогающим определить стратегические цели, разработать план действий и адаптироваться к изменениям внешней среды. Цели и планы компании на будущее вызывают у сотрудников чувство уверенности, что помогает им повысить производительность и эффективность своей работы. Компания, которая четко определяет свои цели и действует согласно своим планам, демонстрирует сотрудникам надежность и стабильность, что создает благоприятную рабочую атмосферу и повышает мотивацию [2].

Интеграция ключевых показателей деятельности позволяет менеджерам на всех уровнях управления видеть общую картину состояния компании и принимать обоснованные решения на основе объективных данных. Это также помогает избежать дублирования усилий и сосредоточить ресурсы на наиболее важных направлениях развития. На основе разработанных комплексных показателей эффективности формируется стратегическая карта, она помогает компании определить свои цели, задачи и пути их достижения.

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМЭ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

Она состоит из набора показателей, которые отражают различные аспекты деятельности компании и позволяют оценить ее эффективность. Карта также помогает связать цели с конкретными действиями и ресурсами, необходимыми для их достижения. Построение стратегической карты делает ее более прозрачной, а ее применение обеспечивает эффективность реализации стратегии.

Проекция финансов – рассматривается планирование и управление финансовыми ресурсами компании. Отвечает за разработку финансовых стратегий, управление бюджетированием, анализ финансовых показателей и принятие решений на основе финансовой информации.

Проекция маркетинга – разработка и реализация маркетинговых стратегий, направленных на привлечение новых клиентов и удержание существующих. Анализируется рынок, конкурентов, потребности клиентов и разрабатывает маркетинговые кампании, которые помогают компании достичь поставленных целей [3].

Проекция бизнес–процессов прямо связана с процессным подходом к рассмотрению организации компании. Компания является совокупностью бизнес–процессов, которые могут быть основными и дополнительными. Основное внимание уделяется бизнес–процессам, которые нуждаются в оптимизации и улучшении, чтобы улучшить взаимодействие, улучшить работу с клиентами и достичь целей. Оптимизация может включать в себя стандартизацию процессов, улучшение качества, сокращение времени выполнения задач и создание новых процессов для решения новых задач или удовлетворения потребностей клиентов.

Проекция обучения и развития — это важный аспект управления организацией. Оно определяет ресурсы, необходимые для достижения будущих целей и успеха компании [4]. Человеческий капитал является одним из ключевых ресурсов, который должен быть сосредоточен на повышении квалификации персонала, удовлетворенности работников и соответствии

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

условий труда отраслевым требованиям. Информационные системы и организационные процессы также играют важную роль в обеспечении эффективной работы компании. Примеры целей включают в себя удовлетворенность сотрудников, уровень их квалификации и соответствие условиям труда требованиям отрасли, а также возможность быстрого получения информации для принятия решений [5].

Можно сделать вывод, что компоненты состояния компании находятся в причинно – следственной связи между собой. По наблюдениям исследователей, компании, анализирующие сформированные причинно-следственные связи и пересматривающие деятельность в соответствии с выявленными зависимостями, достигают своих целей в большей степени чем компании не реализующие данную функцию. Это связано с тем, что компании, которые анализируют данные и выявляют значимые зависимости между различными факторами, могут принимать обоснованные и эффективные решения на основе фактических данных, а не интуитивных предположений. Обратная связь является важным инструментом для оценки эффективности стратегии и ее корректировки в случае необходимости. Если желаемый прогнозируемый результат не достигнут, это может указывать на неэффективность стратегии. Без обратной связи организация будет продолжать двигаться в неопределенности, что может привести к ухудшению результатов и снижению эффективности. Поэтому важно проводить регулярный мониторинг и анализ обратной связи для оптимизации стратегии и достижения желаемых результатов.

Библиографический список:

1. Нортон Д., Каплан Р. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. – Litres, 2022.

2. Крылов С. И. Сбалансированная система показателей как аналитический инструмент стратегического управления в условиях современной рыночной экономики //Экономический анализ: теория и практика. – 2007. – №. 24. – С. 2-10.
3. Сутягин В. Ю., Турлачева М. А. Сбалансированная система показателей как эффективный инструмент реализации стратегии развития предприятия //Социально-экономические явления и процессы. – 2012. – №. 5-6. – С. 112-117. Гулова Т.И., Гусева Т.И., Лаврова Л.Ю.
4. Батукова Л. Р., Белякова Г. Я. Сбалансированная система показателей как система управления бизнесом: проблемы и перспективы развития //Фундаментальные исследования. – 2015. – №. 2-21. – С. 4705-4709.
5. Герасимов Е. Ю. Сбалансированная система показателей как инструмент реализации стратегии //Дайджест-финансы. – 2008. – №. 3. – С. 54-57.

Оригинальность 92%