

Предисловие

В условиях экономического реформирования в нашей стране становится необходимым поиск новых форм и методов управления, позволяющих предприятиям адаптироваться к динамике внешней среды, рационально использовать производственно-рыночный потенциал во всей совокупности его составляющих, наращивать конкурентные преимущества и создавать на этой основе реальные предпосылки к обеспечению стратегической устойчивости в обозримой перспективе. Возможность реализации данных задач обусловлена рядом факторов, к которым в том числе относятся совершенствование системы управления российскими предприятиями, входящими в состав единого социально-экономического комплекса федерального уровня.

В связи с этим появилась необходимость издать учебник по комплексу проблем, связанных с эффективным управлением предприятиями.

При рассмотрении эффективного менеджмента на предприятиях различного профиля в качестве основной цели ставится рационализация хозяйственной деятельности, адаптированной к ресурсным ограничениям, стремление к получению высоких конечных результатов при минимизации затрат. Достижение этой цели требует последовательного решения ряда актуальных задач: формирования механизмов целесообразного использования ресурсного потенциала; создания замкнутых планово-управленческих циклов в соответствии с принципами системного моделирования; сочетания административных методов управления с экономическими, позволяющими конструктивно использовать преимущества, даваемые самостоятельностью и свободой в выборе решений, и других, которые описаны в настоящей работе.

В контексте поставленных задач особая роль принадлежит стратегическому менеджменту. В книге рассмотрены методологические принципы и апробированный методический инструментарий, на базе которых организации могут разрабатывать научно обоснованные стратегические решения, позволяющие им успешно функционировать

в длительной перспективе и формировать тактические мероприятия в соответствии с идеологией и структурной последовательностью стратегического управления.

Все большее значение приобретают вопросы, связанные с управлением персоналом, занимающим, по существу, основное положение в системе управления предприятиями и предопределяющим результативность его производственной и хозяйственной деятельности. Поэтому важнейшим фактором успеха становится непрерывное теоретическое и практическое обучение руководителей нового типа. В связи с этим в данном учебнике большое внимание уделено описанию требований к профессионализму управленческого персонала. Менеджер — это человек, владеющий общими основами управленческой науки, специфическими знаниями и умениями в области организации управления, ориентированный на инновации, принципы рыночной адаптации и эффективное управление персоналом и производством. Он должен обладать способностью к интегративному видению всех проблем, стоящих перед предприятием, анализировать и комплексно оценивать уровень их сложности и в итоге формировать и претворять в жизнь управленческие решения, обеспечивающие позитивные изменения в составляющих производственно-хозяйственных систем и возможность достижения единых целевых ориентиров.

Сложность и динамизм естественных рыночных условий диктуют необходимость модификации методов управления и включения в их состав методов и приемов, связанных с управлением рынком. Интеграция этих методов приводит к созданию и обновленной управленческой системы — системы маркетинг-менеджмент, которая подробно описана в настоящем учебнике.

Идеология маркетинг-менеджмента выстроена на основе внедрения фундаментальных положений и принципов маркетинговой парадигмы, в которой за основу приняты требования потребителей — носителей спроса и необходимость приспособления производственных мощностей и программ к производству продукции. Формирующим посылом маркетинг-менеджмента является необходимость использования конкурентных стратегий.

Маркетинг-менеджмент воплощает философию предпринимательства, основанного на инициативности и хозяйственной самостоятельности бизнес-субъектов. Он обеспечивает маневренность предприятий, без которой невозможно удержать стратегические позиции, активизирует процесс совершенствования производственного базиса и

позволяет организовать поиск ресурсных резервов. С его помощью рационализируются информационные подсистемы, инициируется творческий поиск, создается благоприятный социально-психологический климат, позволяющий членам коллектива раскрыть свои лучшие качества.

Актуализация проблем становления маркетинг-менеджмента, а также целостность, структурная логика и полнота изложения основных вопросов, связанных с управлением предприятиями и организациями и формированием действенных механизмов реализации управленческих решений, свидетельствуют о соответствующем качестве предлагаемого учебника и целесообразности его использования в процессе подготовки специалистов-менеджеров.