

ОЦЕНКА И КОНТРОЛЬ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ

А.В. Самохвалова

Научный руководитель С.В. Климентьева

Проблема оценки и контроля реализации стратегии актуальна для всех компаний. С помощью оценки и контроля выполнения стратегии можно увидеть весь процесс достижения целей. Оценка и контроль выполнения стратегии является логически завершающим процессом, осуществляемым при стратегическом управлении. Данный процесс обеспечивает устойчивую обратную связь между ходом процесса достижения целей и собственно целями, стоящими перед организацией.

Если стратегия была выбрана правильно и были созданы необходимые условия для ее выполнения, это еще не значит, что дальше на стадии реализации этой стратегии не должно возникать проблем, потому что внешняя и внутренняя среда организации не могут быть неизменны или же предсказуемы. Бизнес протекает в очень изменчивой среде, поэтому стоит весьма серьезная задача осуществления контроля за тем, насколько успешно движется организация к своим целям, а также определения того, сумеет ли она их достичь, и если нет, то что она должна изменить в своем поведении.

Каждой организации необходим механизм оценки воздействия факторов, чтобы быть готовыми к любым изменениям. Успешное осуществление стратегии может привести к поставленным целям организации [2].

Реализация стратегии предполагает трансформацию стратегии сначала в действия, а после в результаты. В данном процессе участвуют все управленцы, но по итогу за реализацию отвечает директор организации и руководители подразделений [1].

При реализации стратегии важная роль принадлежит ее контролю. Среди ряда используемых видов контроля можно выделить такой, как

контроль по выходу. Контроль по выходу можно использовать на всех управленческих уровнях. Используется в случае, если отсутствует возможность проведения других видов объективного контроля или когда трудно оценить индивидуальную отдачу [5].

В данной работе объектом исследования является общество с ограниченной ответственностью «Белун Карго», зарегистрированное в Московской области, г. Истра. Основной вид деятельности – складирование и хранение. Данная компания хранит товары для дома и офиса (диваны, столы, стулья, шкафы, полки и так далее).

Складская деятельность направлена на обеспечение сохранности материальных ценностей, а также направлена на исключение потерь, недостачи и пересортицы. Многое зависит от работы персонала склада. Например, себестоимость продукции, прибыль, рентабельность, рост производительности труда, выполнение договорных обязательств по поставкам продукции.

Склад выполняет следующие функции: временное хранение материальных запасов, преобразования материальных потоков, обеспечение логистического сервиса в системе обслуживания. Склад обрабатывает, по меньшей мере, три вида материальных потоков: входной, выходной и внутренний.

Миссией данной организации является обеспечение всех клиентов качественной продукцией и быстрой доставкой необходимых изделий. На первое место компания ставит время поставки продукции. Стратегия управления - это инструмент для достижения данной миссии. А цель компании, как и у всех - это максимизация прибыли.

Ранее в компании было определено, что стратегии развития для нее должны заключаться в следующем:

- 1) минимизировать количество времени, затрачиваемого на поиск и доставку товара;
- 2) перейти к новым стандартам планирования.

При анализе целевой аудитории было выявлено, что для потребителей компании наиболее важными качествами являются: время поставки и доставка груза в целости и сохранности. Чтобы добиться этого, организация на примере зарубежных компаний внедряла организационные процессы в работу.

Например, склад ООО «Белун Карго» построен на принципах японской философии «Кайдзен». Из-за крупного объема склада была проблема нахождения товара клиента. Клиент приходил с заявкой, а работники тратили очень много времени, чтобы найти данный товар. Компанией была разработана система организации склада. До данной системы не было четкого места для зоны погрузки и разгрузки, зоны приемки, зоны хранения, зоны комплектации и зоны отгрузки. Все было где попало и как попало. После внедрения четкого разделения пространства, время поставки товара до клиента сократилось в 2 раза. Работники точно знали, где и какой продукт находится. Также было четкое распределение стеллажей и полок для быстрой транспортировки и нахождения продукта.

Стратегия: минимизация времени.

Контроль: рассмотрение времени, затраченного на сбор заказов.

Оценка: затраченное время.

При проведении оценки стратегии было выявлено, что данная стратегия является совместимой с возможностями организации, данная компания обладает необходимыми ресурсами для реализации стратегии.

Для удобства клиента была внедрена навигация товара. Клиент может в любое время узнать, где находится его товар, есть ли он на складе и в каком количестве.

Так как компания ООО «Белун Карго» может оперативно предоставить информацию о товарах, то количество компаний, работающих с данной фирмой по системе дроппинга, увеличились в 3 раза, тем самым увеличив выручку и прибыль. Компания получила конкурентное преимущество для оптовых закупщиков, так как конкуренты предоставляли данную

информацию только спустя 2 дня после запроса, и посредники не могли выстроить четкую систему работы.

Для осуществления контроля выполнения стратегии были назначены должностные лица, которые отвечают за сбор данных, анализ информации и принятия решений. Произведен анализ на основе наблюдения, опросов, отчетов подразделений. После чего были подведены итоги, проанализированы выявленные недостатки и разработаны корректировки. Следующим этапом было осуществлено измерение достигнутых показателей работы организации и сравнили их с запланированными показателями. В заключение была произведена окончательная оценка полученных результатов.

Список использованных источников

1. Агафонов, В.А. Стратегический менеджмент. Модели и процедуры: Монография [Текст] / В.А. Агафонов. - М.: Инфра-М, 2019 - 350 с.
2. Басовский, Л.Е. Стратегический менеджмент: Уч. [Текст] / Л.Е. Басовский и др. - М.: Инфра-М, 2018 - 80 с.
3. Егоршин, А.П. Стратегический менеджмент: Уч. [Текст] / А.П. Егоршин, И.В. Гуськова. - М.: Инфра-М, 2018 - 240 с.
4. Родионова, В.Н. Стратегический менеджмент: Учебное пособие [Текст] / В.Н. Родионова. - М.: Риор, 2016 - 256 с.
5. Шифрин, М.Б. Стратегический менеджмент : учебник для академического бакалавриата [Текст] / М. Б. Шифрин. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018 — 321 с.