

# Категории планирования

**ОСНОВНЫЕ понятия**

ЦЕННОСТИ

ВИДЕНИЕ

МИССИЯ

ЦЕЛИ

СТРАТЕГИЯ

ВНУТРИФИРМЕННАЯ СИСТЕМА ПЛАНОВ

ТАКТИКА

# Категории планирования

## Ценности (по А.И. Пригожину)

**Ценности** – представление о должном, о лучшем, о самом важном, ради чего стоит трудиться, жертвовать временем, силами.

**Ценности** – связь между бизнесом и корпоративной культурой

**Ценности** – ориентиры в поисках блага

Некоторые авторы используют такие понятия как идеалы, философия организации ( в англоязычной литературе - value)

Примеры: престиж, удовольствия, справедливость, свобода, честность...

# Категории планирования

## Характеристики ценностей

- Проявляются через желание
- Ценности бесконечны (нет предела совершенству)
- Проявляются через интуицию (например, справедливость)
- Соотносятся с эмоциями, чувствами
- Субъективное восприятие преобладает над объективными показателями
- Внушаемы, воспитываемые средой

# Категории планирования

**Ценности и организации.** Организаций много, поэтому и ценности у них различны.

**Ценностные ориентации** (В. Гут и Р. Тагири). Логичнее говорить «группы ценностей»...

1. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ

2. СОЦИАЛЬНЫЕ (чтобы человек стал лучше)

3. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ

4. ПОЛИТИЧЕСКИЕ

5. ЭСТЕТИЧЕСКИЕ

6. РЕЛИГИОЗНЫЕ

В организации может быть несколько групп ценностей. Тогда они должны ранжироваться. Например, университет. На первом месте – социальные, на втором – теоретические, на третьем – экономические. Переоценка ценностей ведет к утрате предназначения организации.

# Категории планирования

**Видение** – идеальная картина будущего организации, то состояние, которое может быть достигнуто при самых благоприятных условиях (Дж. К. Лафта)  
(Нью-Васюки - видение)

**ВИДЕНИЕ** – ГИПОТЕТИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ (мечта)

# Категории планирования

**Видение** – представление менеджеров о долгосрочном развитии компании, избранных технологиях, товарах, клиентах, направлениях развития бизнеса, т.е. идеальное представление менеджеров о долгосрочном развитии бизнеса, которое задает направление движения и указывает маршрут (А. Стрикленд, А. Томпсон) А.Н.Петров\*\*\*

# Категории планирования

## Видение должно:

- Вдохновлять
- Быть простым
- Быть искренним
- Быть хоть в небольшой степени реалистичным
- Способствовать сотрудникам найти свое место в организации
- Давать ориентиры

# Категории планирования

**Миссия** – общая цель организации, четко выраженная причина ее существования (М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури)



# Категории планирования

**Миссия** – обоснование деятельности организации, т. е. описание ее ценностей, устремлений и причин появления на свет  
(Р. Дафт)

# Категории планирования

**Миссия** – смысл существования организации, ее роль в стране и в мире, значение для общества, качественно выраженная совокупность основных целей и руководящих установок организации (А.Н. Цветков\*\*\*)

# Категории планирования

## ТРЕБОВАНИЯ К ФОРМУЛИРОВКЕ МИССИИ

### ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ

- ВИД ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
- СЕГМЕНТ РЫНКА

### ЖЕЛАТЕЛЬНЫЕ

- ИСТОРИЯ КОМПАНИИ (или упоминание о ее будущем – через видение)
- КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА