

Обзор статьи

# ФОРМИРОВАНИЕ ВИДЕНИЯ КОМПАНИИ

ДЖЕЙМС КОЛЛИНЗ, ДЖЕРРИ  
ПОРРАС

---

Выполнила: студентка группы МТб-101  
Коняшкина Олеся  
Проверила: Новосельцева Екатерина  
Геннадьевна

---

КОМПАНИИ ЛИДЕРЫ РЫНКА всегда верны своим ключевым целям и ценностям: последние остаются неизменными, в то время как стратегия организаций и формы ведения бизнеса постоянно корректируются в соответствии с изменениями внешней среды.

Умение создавать видение связано со способностью сочетать постоянство и изменчивость .

Видение определяет, какие аспекты деятельности организации нужно сохранить, а какие — подлежат изменению.



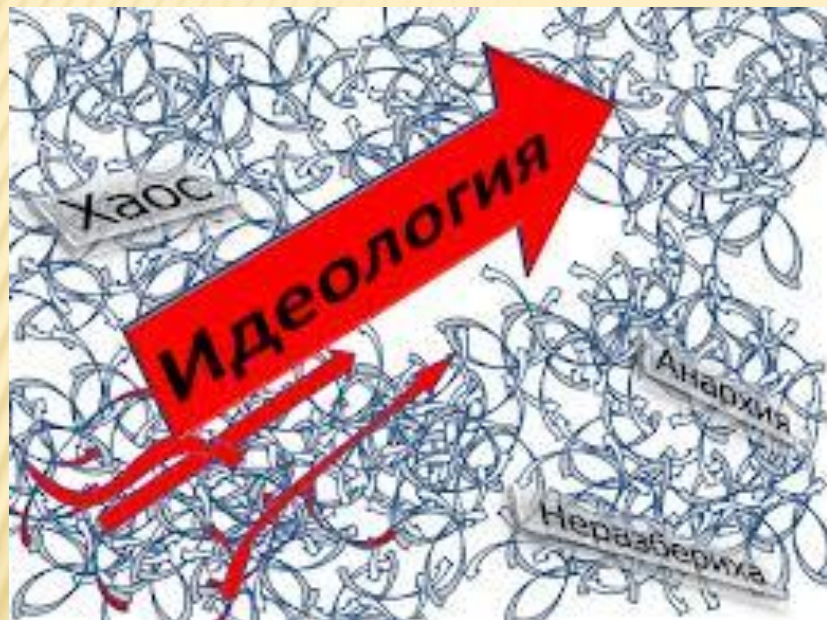
---

Авторы данной статьи представляют корпоративное видение как систему, состоящую из двух компонентов.

Базовая  
идеологи  
я

Образ  
будущег  
о

# БАЗОВАЯ ИДЕОЛОГИЯ



Базовая идеология служит «клеем», который сплачивает организацию во все периоды ее существования.

Она определяет неизменные характеристики организации, ее сущность.

# РАСКРЫТИЕ БАЗОВОЙ ИДЕОЛОГИИ

Базовую идеологию нужно выявить, тщательно исследуя внутрикорпоративные процессы, в данном случае анализ внешней среды не имеет смысла.



Базовая идеология - не интеллектуальное упражнение, суть ее заключается в том, что она должна быть, в первую очередь значима для сотрудников.

---

Базовая идеология может быть развита и без формального ее описания. Наличие декларации о базовой идеологии еще не говорит о том, что она развита в этой компании.



Компания NIKE, не имея декларация , преследует мощную цель: дух конкуренции, вкус победы и радость торжества.

# БАЗОВАЯ ИДЕОЛОГИЯ

---

- Ключевые корпоративные ценности
- Основное предназначение





# КЛЮЧЕВЫЕ КОРПОРАТИВНЫЕ ЦЕННОСТИ

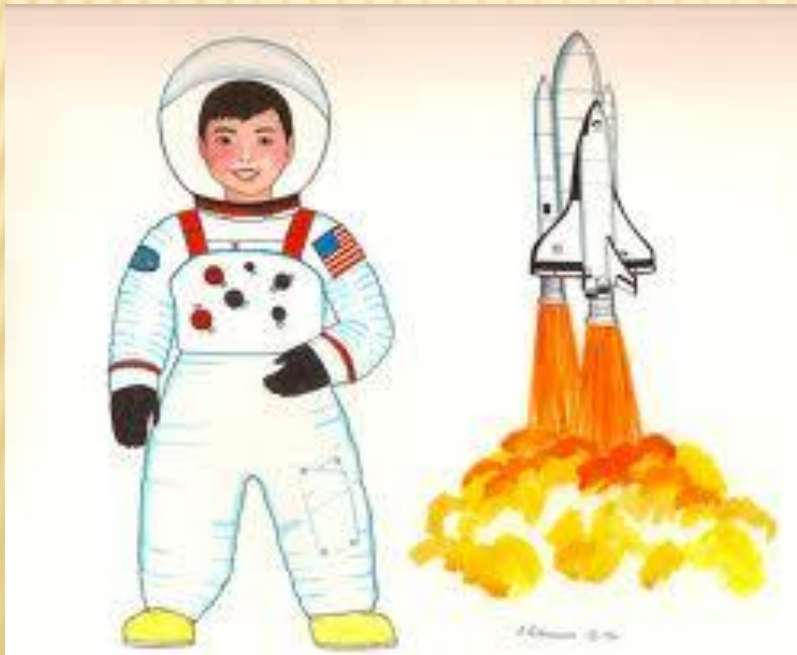
Ключевые ценности — это фундаментальные и неизменные нормы организации, небольшое число руководящих принципов, несвязанных с условиями внешней среды, являются внутренними ценностями сотрудников организации.

Этим ценностям компания останется верна, даже если это будет неоправдано с точки зрения конкуренции.



Каждая компания сама выбирает  
ключевые ценности. Как правило их около  
5.

Компания выбирает сама, что важнее  
стратегия или же корпоративная культура.  
Ценности должны испытаны временем.

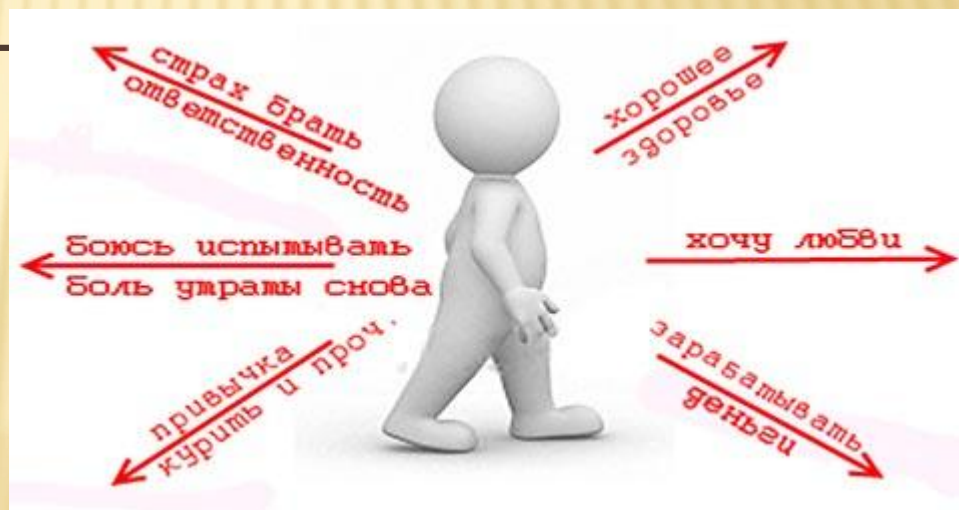


ределения ценностей:  
***марсианский десант.***

# ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕННОСТЕЙ У СОТРУДНИКОВ

- Какие глубинные ценности значимы для вас?
- О каких ключевых ценностях вы рассказываете своим детям?
- Утратят ли ценность

Корпоративные ценности это совсем не корпоративные телефоны, корпоративные машины и корпоративные вечеринки



# ОСНОВНОЕ ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ

- Основное предназначение организации — это ключевая цель, определяющая смысл ее существования, т.е. миссия, например, творчески подходить к решению проблем. Отвечает на вопрос: зачем существует компания?



# ОБРАЗ БУДУЩЕГО

Компания должна поставить перед собой дерзкие долгосрочные цели, а затем создать наглядное описание состояния, которое наступит при условии их достижения.



Служит основой для сплоченной команды, для развития децентрализации, диверсификации, глобального расширения деятельности и формирования разнородных организационных единиц.

# ОБРАЗ БУДУЩЕГО

- Амбициозная цель достичь которую компания планирует в течение 10-30 лет.
- Наглядное описание того, какой будет компания при условии достижения этой цели



# АМБИЦИОЗНАЯ ЦЕЛЬ

- Глобальная амбициозная цель- основа видения компании. Видение корпорации включает в себя смелые замысли компании или глобальные труднодостижимые амбициозные цели. Такие цели всегда конкретны, имеют четкие границы.



# КЛАССИФИКАЦИЯ ЦЕЛЕЙ

---

- Предметные цели (ориентация на определенный рыночный сегмент);
- Конкурентные цели (желание походить на известную фирму);
- Реформаторские цели (пересмотр масштаба и сферы деятельности).

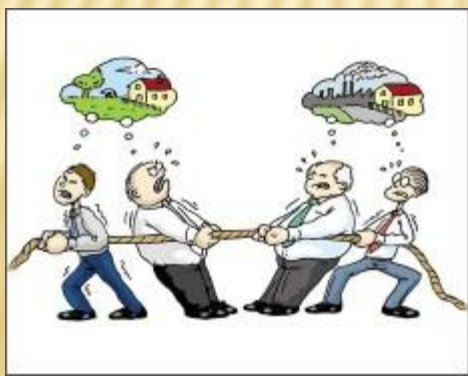




# НАГЛЯДНОЕ ОПИСАНИЕ

Наглядное описание - яркая привлекательная и точная картина будущего компании, которое наступит при условии достижения поставленной цели.

Необходимый элемент наглядного образа будущего - энтузиазм, эмоциональный



## □ Корпоративное видение





Спасибо за внимание!