

Стратегический менеджмент

Предмет стратегического менеджмента

Стратегический менеджмент (СМ) — это управленческий процесс, при котором руководители определяют долгосрочные перспективы развития организации, управления персоналом, производственной деятельности, разрабатывают стратегии для достижения поставленных задач в контексте всех существующих внутренних и внешних условий, а также реализуют избранный план действий.

Главная задача стратегического менеджмента – формирование и развитие конкурентных преимуществ организации в условиях непрерывных изменений во внешней среде, позволяющих ей наиболее выгодным образом вписаться в эту среду, выживание организации.

Основные шаги стратегического менеджмента:

- определение вида деятельности и формирование стратегических направлений ее развития;
- превращение абстрактных, обобщенных целей в конкретные направления работы;
- реализацию выбранного плана для достижения желаемых результатов в соответствии с выбранной стратегией;
- оценка проделанной работы, анализ ситуации на рынке, внесение корректировок во все направления деятельности.

Стратегии управления

- **консервативная стратегия**, при которой изменения в деятельность организации вносятся по факту свершившихся события (данная стратегия хороша для медленно развивающихся, устойчивых отраслей и совершенно неприемлема для стремительно развивающегося);
- **стратегия экстраполяции**, когда будущее можно предсказывать путем экстраполяции (мысленного переноса в будущее) прошлых тенденций, — самая распространенная стратегия;
- **опережающая стратегия**, при которой большинство изменений в деятельность вносятся на основе предвидения будущих событий (как правило, сферы высоких технологий).

Основные управленческие стили

- ***приростный стиль***, который характеризуется постановкой целей «от достигнутого», направлен на минимизацию отклонений от традиционного поведения как внутри организации, так и в ее взаимоотношениях с окружающей средой. Организации, придерживающиеся этого стиля поведения, стремятся избежать изменений, ограничить их и минимизировать;

- ***предпринимательский стиль***, который характеризуется стремлением к изменениям, к предвосхищению будущих опасностей и новых возможностей.

Организация стремится к непрерывной цепи изменений, поскольку в них она видит свою будущую эффективность и успех.

Принципы стратегического управления

- четкое представление о том, что является ключевой компетенцией организации;
- способность сосредоточить усилия управленцев и сотрудников на выявлении ключевых факторов развития организации;
- умение создать устойчивые конкурентные преимущества в основных сферах: управление качеством, инновациями и управление технологиями;
- обеспечение синергизма, т. е. взаимодействия различных видов деятельности, дающего новое качество, не сводимое к простой сумме качеств отдельных видов деятельности;
- осуществление анализа внешней среды, т. е. внешних факторов, с которыми сталкивается организация;
- осуществление анализа внутренней среды организации с целью выявления ее сильных и слабых сторон;
- понимание стратегических потребностей в различных видах ресурсов и обеспечение их получения и эффективного использования.

Отличие стратегического менеджмента от оперативного

- по миссии;
- по объекту;
- по времени;
- по подходу к управлению персоналом;
- по организационному поведению.

Также существенное отличие СМ и ОМ по наличию целей у лица, принимающего управленческое решение.

цели СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА:

- ставятся высшим руководством организации;
- являются долгосрочными;
- содержат главные задачи организации;
- имеют общий характер, не детализированы;

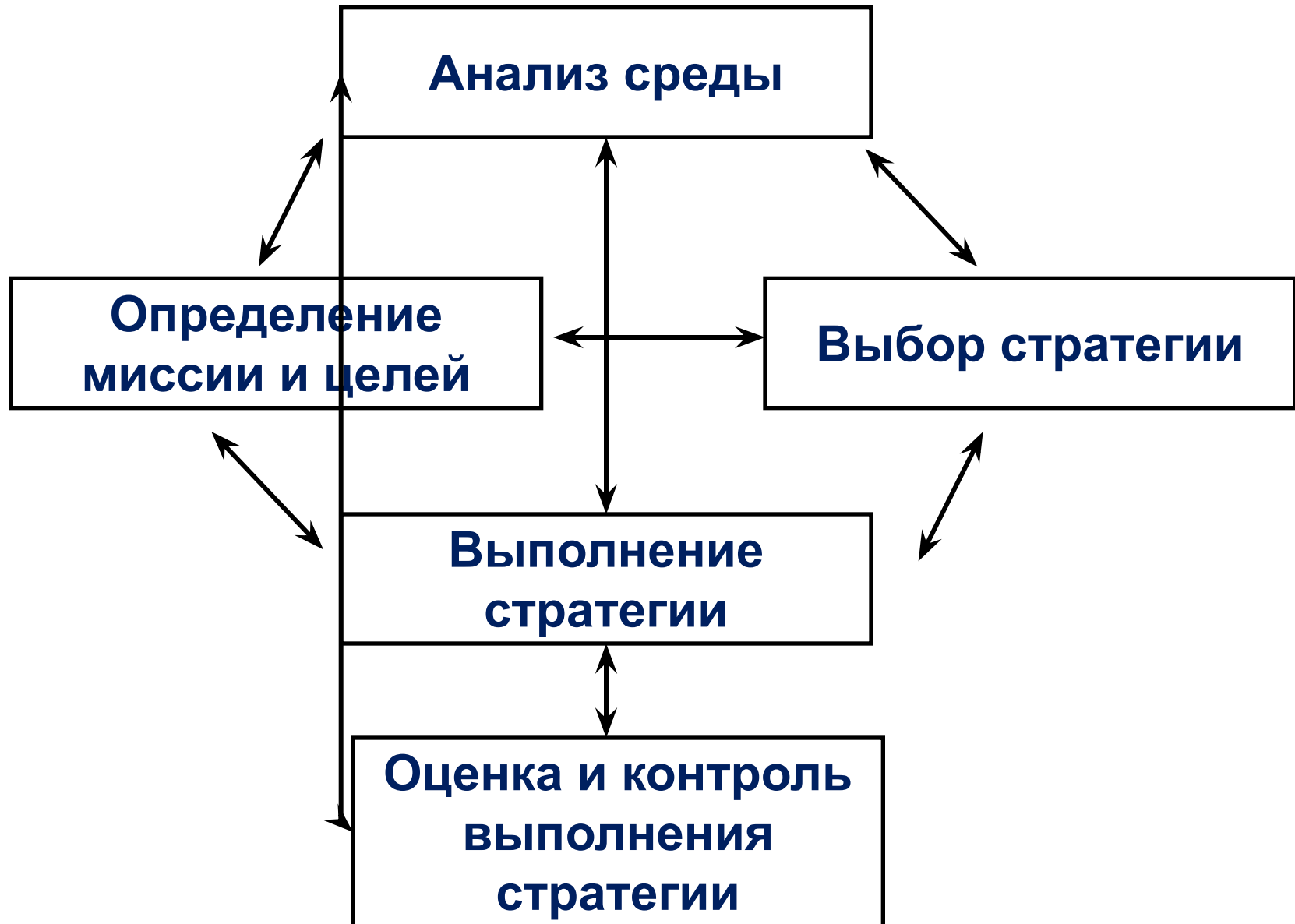
цели ОПЕРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА:

- ставятся руководителями среднего и низшего звена;
- являются среднесрочными и краткосрочными;
- направлены на решение локальных, специфических задач;
- детализированы.

Временные рамки для разных уровней организации



Структура стратегического управления



Содержание стратегического менеджмента

