



BUSINESS STRATEGY

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

Стратегическое планирование - набор действий и решений, принятых руководством, которые ведут к разработке специфических стратегий, предназначенных для того, чтобы помочь организации достичь своих целей.

Согласно Питеру Лоранжу, процесс стратегического планирования является инструментом, помогающим в принятии управленческих решений. Его задача – обеспечить нововведения и изменения в организации в достаточной степени.

ОСНОВНЫЕ ТЕЗИСЫ СТРАТЕГИИ

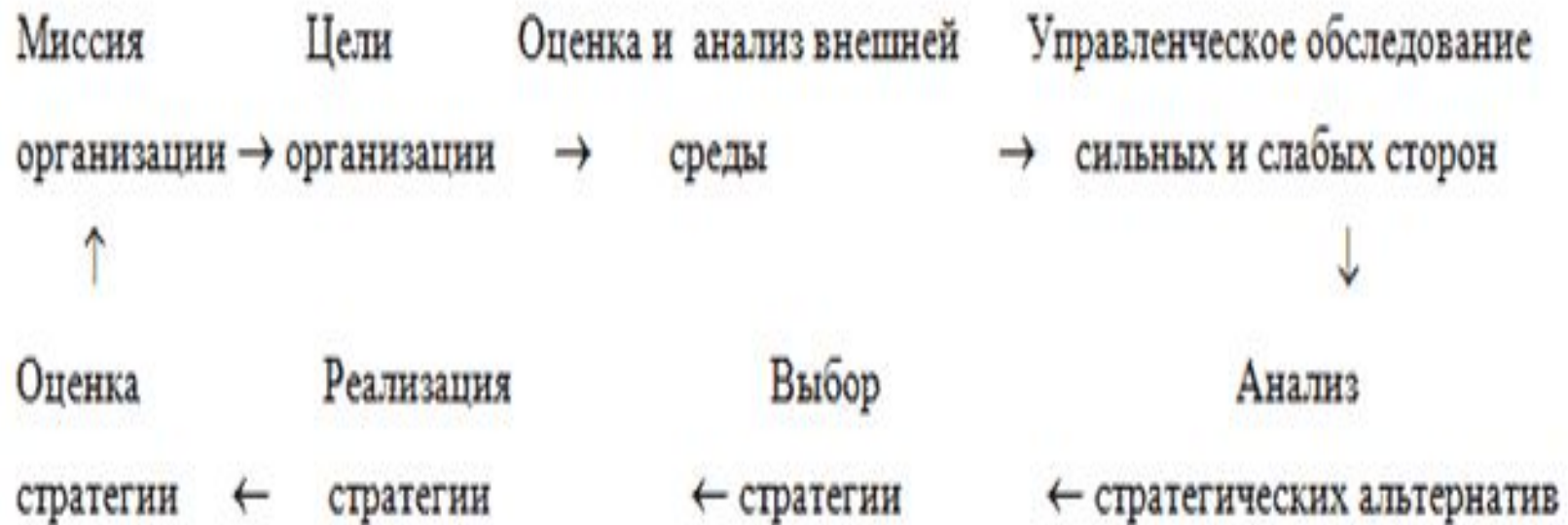
Стратегия- это детальный всесторонний комплексный план, предназначенный для того, чтобы обеспечить осуществление миссии организации и достижение ее целей.

а) стратегия большей частью формулируется и разрабатывается высшим руководством, но ее реализация предусматривает участие всех уровней управления;

б) стратегический план должен разрабатываться скорее с точки зрения перспективы всей корпорации, а не конкретного индивида;

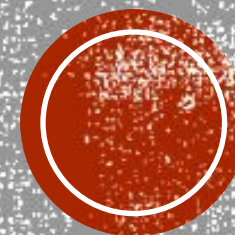
в) план должен обосновываться обширными исследованиями и фактическими данными;

г) стратегические планы должны быть разработаны так, чтобы не только оставаться целостными в течение длительных периодов времени, но и быть достаточно гибкими, чтобы при необходимости можно было осуществить их модификацию и переориентацию.



swing purposes only.

ЭТАПЫ ПРОЦЕССА СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ



УГРОЗЫ И ВОЗМОЖНОСТИ

Угрозы и возможности, с которыми сталкивается фирма, можно выделить в 7 областей:

- экономические факторы** (темпы инфляции или дефляции, уровни занятости, международный платежный баланс, стабильность доллара США за рубежом и налоговая ставка);
- политические факторы** (руководство должно следить за нормативными документами местных органов, правительства, отношением политиков к антитрестовской деятельности, ограничениями по найму рабочей силы и возможностью получения ссуды и т.д.);
- рыночные факторы** (демографические условия, жизненные циклы различных изделий или услуг, легкость проникновения на рынок, распределение доходов населения и уровень конкуренции в отрасли);
- технологические факторы** (учитывают изменения в технологии производства, применение ЭВМ в проектировании и предоставлении товаров и услуг или успехи в технологии средств связи);
- международные факторы** (легкость доступа к сырьевым материалам, деятельность иностранных картелей, изменение валютного курса и политических решений в странах, выступающих в роли инвестиционных объектов или рынков);
- факторы конкуренции** (анализ будущих целей конкурентов, оценка текущей стратегии конкурентов, обзор предпосылок в отношении конкурентов и отрасли, в которой функционируют данные компании, углубленное изучение сильных и слабых сторон конкурентов);
- факторы социального поведения** (меняющиеся ожидания, отношения и нравы общества);

