



# Особенности стратегического менеджмента

**Лученок Алина Сергеевна**

**Группа 28с**

**Курс 3 (сокр.)**

# План работы:

1. Определение, цель и задачи

2. Классификация стратегий

3. Уровни реализации стратегий

4. Особенности стратегического менеджмента




**Стратегический менеджмент — это набор решений и действий по формулировке и внедрению стратегии, призванной обеспечить компании наилучшее конкурентное положение во внешней среде и достижение поставленных целей.**



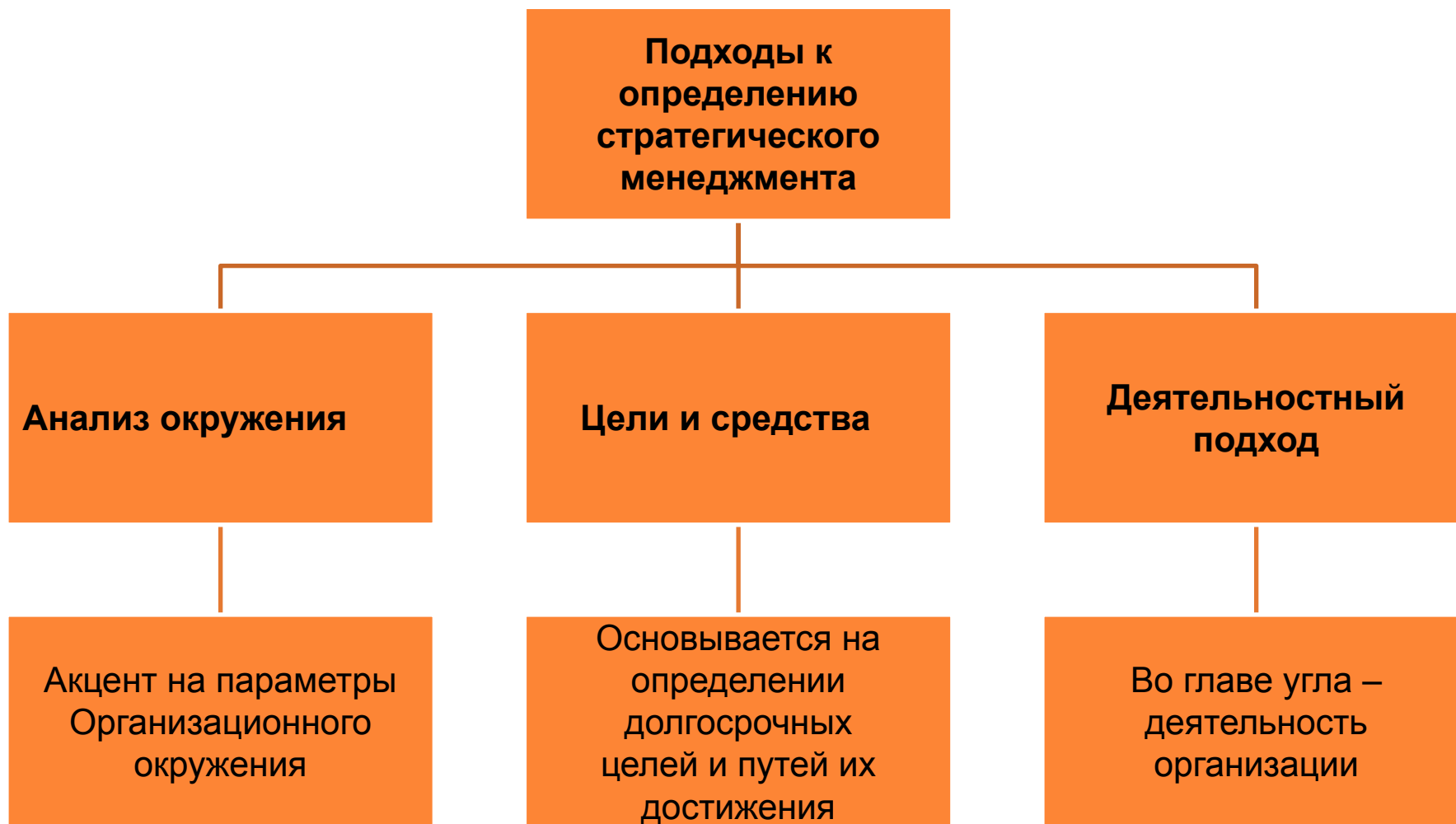
**Цель** — обеспечение стратегической конкурентоспособности организации в условиях неопределенной внешней среды

**Задачи:**

1. Формирование стратегического видения и миссии организации;
  2. Определения корпоративных целей и целей функциональных;
  3. Разработка стратегий (корпоративных и функциональных) для достижения определенных выше целей;
  4. Внедрение и реализация стратегии;
  5. Оценка реализации стратегии изучения новых тенденций и осуществление корректирующих действий.
- 



# Базовые подходы к определению стратегического менеджмента



# Классификация стратегий

## *Стратегия роста.*

Может базироваться на внутренних (инвестиции в расширение производства) или внешних (приобретение новых бизнес - подразделений) источниках.



## *Стратегия стабилизации (стратегия паузы).*

Предполагает ограничение масштабов производства; ставку на медленное, жестко контролируемое развитие. Часто осуществляется после периода бурного роста.





*Стратегия экономии.* Организация переживает период спада и либо сокращает число своих подразделений, либо продает или ликвидирует целые направления бизнеса, проводится всеобщее сокращение штатов и расходов.



# Стратегии глобального бизнеса

Стратегия глобализации означает, что компания стандартизирует конструкцию, дизайн своих товаров и рекламные стратегии своих предприятий вне зависимости от стран их пребывания.



## **Мультирегиональная стратегия .**

Данная стратегия предполагает адаптацию компании к условиям конкуренции в каждой стране в отдельности.

## **Транснациональная стратегия.**

Призвана обеспечить и глобальную интеграцию, и высокую скорость реакции компании в отдельных странах.



# Стратегические намерения.

*Стержневые компетенции компании* — это те виды деятельности, которые она в сравнении с конкурентами делает особенно хорошо.

Наличие стержневых компетенций является стратегическим преимуществом компании, ведь это значит, что фирма обладает опытом, отсутствующим у ее соперников (превосходство в области исследований и разработок, технологии, эффективность производства или обслуживания покупателей).

*Синергизм* возникает, когда совместная деятельность всех частей организации производит эффект больший, чем сумма их отдельных действий, что бы быть связано с сокращением затрат, увеличением доли рынка, совершенствованием технологий производства или управления.

*Создание ценности*. Развитие стержневых компетенций и получение синергетических эффектов позволяет компаниям создавать ценные для потребителей товары и услуги. Ценность в данном случае можно определить как комбинацию получаемых потребителями выгод и связанных с ними издержек. Товар, приобретение которого влечет за собой низкие затраты и незначительные выгоды, обладает небольшой ценностью.

# Уровни реализации стратегии

## 1. СТРАТЕГИЯ КОРПОРАТИВНОГО УРОВНЯ

Определяет организацию в целом.

Приобретение нового бизнеса, расширение, сокращение уже существующих бизнес-единиц, заводов, товарных линий, создание совместных предприятий с другими компаниями в новых областях.



## 2. СТРАТЕГИЯ НА УРОВНЕ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ.

Определяет приемы и методы борьбы бизнес-единиц за рынок и покупателей.

Объемы отчислений на рекламу, направления и масштабы исследований, вносимые в товары изменения, создание новых продуктов, расширение или сокращение товарных линий, инвестиции в новые технологии или производственное строительство.



### **3. СТРАТЕГИЯ ФУНКЦИОНАЛЬНОГО УРОВНЯ.**

Относится к основным функциональным отделам фирмы в рамках подразделений.

Охватывает все жизненно важные функции:

- Финансы;
- Маркетинг
- Производство.



**Приведем основные характерные особенности стратегического управления, необходимые для эффективного управления организацией в современных условиях.**





**1. Чтобы быть успешной,**  
деятельность организации должна  
быть целенаправленной, т.е.  
**организация должна обладать**  
**стратегией,** которая определяет  
функционирование системы  
управления организации.



*2. Эффективность деятельности организации определяется степенью достижения ею стратегических целей.*

*3. Стратегия не является незыблемой, а должна изменяться при наступлении существенных изменений во внешней среде организации или в ходе реализации стратегических планов.*

*4. Для завоевания и удержания лидерства стратегия должна быть уникальной.*



# СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Обычно рассматривается как совокупность пяти взаимосвязанных процессов: анализ среды (внешней и внутренней), определение миссии и целей, анализ и выбор стратегии, реализация стратегии, оценка и контроль выполнения стратегии.



Стратегическое планирование сфокусировано на принятии оптимальных стратегических решений, в то время как **стратегический менеджмент** связан с достижением стратегических результатов: новых рынков, новых товаров и (или) новых технологий.

Стратегическое планирование — управление планами, а **стратегический менеджмент** — управление результатами. Стратегическое планирование — аналитический процесс, а **стратегический менеджмент** — организационный.

**Стратегический менеджмент состоит из:**

- формулирования стратегий;
- развития деловых способностей компании;
- управления внедрением стратегий и развитием способностей.



# ОСНОВНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ПРИМЕНЕНИЯ НА ПРАКТИКЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА:

- направленность всей организации на ключевой аспект стратегии;
- ориентация менеджеров на необходимость более четко реагировать на появляющиеся перемены, новые возможности и потенциальные угрозы;
- наличие четких критериев оценки менеджерами всевозможных альтернатив вложения средств в те или иные проекты и развитие персонала ;
- возможность добиться системного принятия решений на всех уровнях управления организацией.



# Литература

## Основная литература:

- Бодди Д., Пэйтон Р. Основы менеджмента. СПб.
- Дафт Р. Менеджмент. СПб.
- Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М.

## Дополнительная литература:

- Друкер П. Практика менеджмента. М.
- Классики менеджмента. Энциклопедия. СПб.
- Кравченко А. История менеджмента. М.
- Хажински А. Гуру менеджмента. СПб.
- Шелдрейк Дж. Теория менеджмента: от тейлоризма до японизации. СПб.

