



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.

