A stylized, light blue illustration of a plant with several leaves and a cluster of small, round buds or flowers, positioned on the left side of the page against a darker blue background.

Процесс стратегического менеджмента

Выполнила: Мартиновская
Надежда Александровна

студентка 3 курса,
экономического факультета
БГУ

05.01.2017

Содержание:

I. Стратегия менеджмента

- Формулирование и реализация стратегии
- Стратегический менеджмент
- Причины появления стратегического менеджмента
- Пирамида стратегий

II. Принципы стратегического управления

- Основные этапы стратегического управления

III. Проблемы и ограничения стратегического менеджмента

- Основные шаги стратегического менеджмента

IV. Современные тенденции стратегического менеджмента

- Пять «П» стратегии Генри Минцберг
- Базовые подходы к определению стратегического менеджмента

V. Вывод

VI. Список использованных источников

I. Стратегия менеджмента

это направление развития организации (фирмы, предприятия) в соответствии с поставленной целью, тактика – пути и этапы движения в рамках этого направления.

Стратегия – это своеобразный «коридор» использования различных тактик.

Стратегия обобщенная модель действий, направление развития, которое выбирает предприятие с учетом соотношения между его внутренними силами и слабостями и внешними возможностями и угрозами для достижения поставленных долгосрочных целей путем координации и оптимального распределения ресурсов.



Процесс стратегического планирования на предприятии является частью системы стратегического планирования. Ее задачи заключаются в формировании общей и локальных стратегий, информировании руководства о разработанных стратегиях, измерении, оценке и корректировке в случае существенного изменения внешней и внутренней среды предприятия.

Главные компоненты

Главные компоненты процесса стратегического менеджмента:

- определение предназначения и главных целей организации;
- анализ внешней и внутренней среды организации;
- выбор стратегии на уровне стратегической зоны хозяйствования и корпорации в соответствии с ее сильными и слабыми сторонами, внешними опасностями и благоприятными возможностями;
- приспособление организационных систем управления к выбранной организацией стратегии.

Формулирование и реализация стратегии

Формулирование стратегии – процесс, следующий за этапом стратегического анализа и нацеленный на выбор одной из альтернативных стратегий.

Основы процесса формулирования стратегии:

- ◆ **идеологическая** – это видение, идеальное представление о состоянии бизнеса, в соответствии с которым организация хочет вести свой бизнес.
- ◆ **организационная**, которая включает такие факторы, как:
 - 1) **внешняя эффективность;**
 - 2) **внутренняя эффективность;**
 - 3) **характеристика способности к стратегическому управлению.**

Реализация стратегии – использование стратегии с учетом всех факторов.

Реализация стратегии направлена на решение следующих задач:

- **определение приоритетности задач;**
- **установление соответствия между выбранной стратегией и внутриорганизационными процессами;**
- **выбор и приведение в соответствие с осуществляемой стратегией стиля лидерства и подхода к управлению организацией.**

Стратегический менеджмент

**управленческий процесс,
направленный на достижение
поставленных целей**

**организации, на основе
выбранных средств. Другими
словами, стратегический
менеджмент — это процесс
разработки и реализации
стратегии.**

Причины появления стратегического менеджмента

1. Технологические взрывы, вызванные научно-технической революцией, требующие прогнозирования новых производственно-технологических прорывов, возможных в будущем

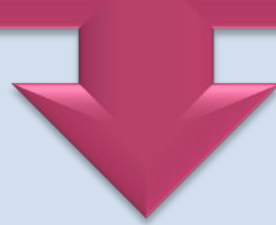
2. Начало процесса глобализации рынков возникновением транснациональных корпораций, что усиливало неопределенность и сложность среды существования бизнеса

3. Насыщение рынка товаров и услуг в развитых странах, что приводило к усилению конкуренции

Корпорации уже не могли ограничиваться в своей деятельности оперативным планированием и функциональным менеджментом. Возникла необходимость в долгосрочном планировании и управлении, нацеленном на будущее

Это было реализовано в стратегическом менеджменте

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.

Пирамида стратегий



Диверсифицированная фирма



Однопрофильная фирма

II. ПРИНЦИПЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ

- 1) умение создать устойчивые конкурентные преимущества в 3 основных сферах: управление качеством, инновациями и ценой;
- 2) обеспечение синергизма, т. е. взаимодействия различных видов деятельности, дающего новое качество, не сводимое к простой сумме качеств отдельных видов деятельности;
- 3) осуществление анализа внутренней среды организации с целью выявления ее сильных и слабых сторон;
- 4) четкое представление о том, что является ключевой компетенцией организации; способность сосредоточить усилия управленцев на выявлении ключевых факторов развития организации;
- 5) осуществление анализа внешней среды, т. е. внешних факторов, с которыми сталкивается организация;
- 6) понимание стратегических потребностей в различных видах ресурсов и обеспечение их получения и эффективного использования.

Основные этапы стратегического управления



III. Проблемы и ограничения стратегического менеджмента

- ❖ стратегический план не может дать точной и детальной картины будущего;
- ❖ для осуществления стратегического управления необходимы большие затраты времени и ресурсов;
- ❖ резко усиливаются негативные последствия ошибок стратегического планирования, когда в сжатые сроки создаются новые продукты, кардинально меняются направления вложений, появляются новые возможности для бизнеса, исчезают старые. В этом случае величина ошибки может быть очень велика.

Основные шаги стратегического менеджмента

1-й шаг

**определение
вида
коммерческой
деятельности и
формирование
стратегических
направлений ее
развития**

2-й шаг

**превращение
абстрактных,
обобщенных
целей в
конкретные
направления
работы;**

3-й шаг

**реализацию
выбранного плана
для достижения
желаемых
результатов в
соответствии с
выбранной
стратегией**

4-й шаг

**оценку
проделанной
работы, анализ
ситуации на
рынке, внесение
корректировок во
все направления
деятельности**

IV. Современные тенденции стратегического менеджмента

1. Переход к открытой модели стратегического управления;
2. Повышение гибкости стратегических решений;
3. Возрастание роли комплекса факторов, связанных с личностью руководителя и искусством управления;
4. Исключительное значение «индивидуальности» фирмы;
5. Отказ от чисто умозрительных построений и поддержка решений экспериментом; Переход от логики «цели- стратегии-ресурсы» к схеме «развитие потенциала фирмы - экспериментальный отбор стратегических альтернатив - определение реального уровня показателей»;
6. Тенденция развития разных форм кооперации и сотрудничества в решении стратегических проблем

Пять «П» стратегии Генри Минцберг

- ✓ План – некий вид сознательно и намеренно разработанной последовательности действий, которой придерживаются в конкретной ситуации.
- ✓ Прием, который предпринимает компания, чтобы обыграть своих конкурентов в конкретной ситуации или игре.
- ✓ Паттерн действий – устойчивые характеристики поведения организации. Согласно такому пониманию стратегия может быть как заранее продуманной, так и выстраивающейся по ходу развития событий, и представляет некую последовательность в поведении.
- ✓ Позиция – заключается в поиске наиболее выгодной позиции компании на рыночном ландшафте.
- ✓ Перспектива – рассматривается как разделяемое членами организации видение/восприятие мира, которое реализуется через их намерения и действия.

Базовые подходы к определению стратегического менеджмента

Подходы к определению стратегического менеджмента



Вывод

- Стратегическое планирование представляет собой процесс выбора целей для организации и решения о том, что следует сделать для их достижения.
- Стратегическое планирование обеспечивает основу для всех управленческих решений.
- Стратегические планы должны разрабатываться с общефирменных, а не с индивидуальных позиций.
- Существует устойчивая положительная корреляция между формальным планированием и успехом организации.
- Ключевыми компонентами стратегического планирования являются цели, указания для принятия решений и основные этапы процесса планирования.

Список использованной литературы

- Акмаева Р.И. Стратегическое планирование и стратегический менеджмент. – М.: Финансы и статистика, 2007 г. - 208 с.
- Гапонов К. Взаимосвязь стратегического планирования, бизнес - планирования и бюджетирования // Финансовая газета. Региональный выпуск. – 2007. - № 32.
- Дрогомирецкий И.И. Стратегическое планирование. – М.: Вектор, 2006 г. - 160 с.
- Друкер П.Ф. Энциклопедия менеджмента. - М.: ООО "И.Д. Вильямс", 2006 г. - 285 с.
- Машин М. Комплексный подход к формированию системы стратегического планирования на предприятии // Управление персоналом. – 2007. - № 16
- Родионова В.Н. Стратегический менеджмент: учебное пособие. - М.: РИОР, 2003 г. – 502 с.
- Рюли Э., Исследование стратегических процессов в организации // Проблемы теории и практики управления. - 2000. - N 5.
- Хан Д. Планирование и контроль: Стоимостно-ориентированные концепции контроллинга. - М.: Финансы и статистика, 2005 г. – 296 с.

*Спасибо за
внимание.*

