Л1. Предмет и задачи дисциплины «Экономическое обоснование стратегических решений»

Предметом исследования данной дисциплины как научной дисциплины является изучение положительного и отрицательного опыта деятельности различных предприятий по формированию и реализации организационных стратегий, их классификация, обобщение и группирование факторов, подходов и методов по совершенствованию стратегического процесса и механизма реализации стратегии, их адаптация к рыночным условиям хозяйствования. «Экономическое обоснование стратегических решений»– это определенный вид управленческой деятельности, которая имеет свой инструментарий и методы, и является, как правило, прерогативой высшего звена менеджмента, обеспечивающего проведение аналитических исследований динамики рынка и выявление долгосрочных тенденций развития отрасли, конкурентных отношений, их влияния на организационные процессы и возможность устойчивого развития предприятия на рентабельной основе, оценки потенциала, сильных и слабых сторон предприятия, возможностей и угроз со стороны внешнего окружения, в совокупности определяющих выбор будущей стратегии развития предприятия. Таким образом, при разработке стратегии менеджерам приходится учитывать и контролировать изменение множества факторов внешней и внутренней среды предприятия, своевременно адаптировать организационные системы (менеджмент, производство, марке- 23 тинг, сбыт, финансы, НИОКР и т.п.) под требования рынка, что, несомненно, оказывается достаточно сложным процессом. Поэтому, стратегический менеджмент – это и определенное искусство управления, требующее от менеджеров таких навыков как способность предвидения, прогнозирования будущего расклада сил на рынке, определения места предприятия с учетом его реальных ресурсных возможностей. Организации, обладающие подобным искусством, располагают соответственно дополнительными конкурентными преимуществами, так как первыми находят незанятые ниши на рынке, выходят с новой или усовершенствованной продукцией, применяют новые технологии в производстве, менеджменте, маркетинге, фактически являясь лидерами в своей отрасли. Составляющие стратегического управления. Стратегическое управление предприятием включает пять основных компонентов, образующих следующую цепь перспективно-целевых решений Перспективно-целевые решения в системе стратегического управления предприятием 1. Стратегическое видение – это формулирование долгосрочной перспективы развития предприятия, определение сферы деятельности, технологии, целевой аудитории, географических и товарных рынков, возможностей и образа организации, какой она должна стать в будущем. 2. Сфера бизнеса – вид деятельности, связанный с конкретной хозяйственной единицей, предприятием или подразделением, программой и т.д. Определение бизнеса предполагает оценку его перспектив и конкретного места в отрасли, возможностей развития. 3. Миссия – это характеристика сегодняшних возможностей организации, ее целевой аудитории, видов деятельности и структуры бизнеса (сферы деятельности). 4. Стратегия – интегрированная модель действий, предназнаВидение Сфера бизнеса Миссия Стратегии Программы и планы 24 ченных для реализации стратегического видения, миссии, целей предприятия. Содержанием стратегии служит набор правил принятия решений, используемый для обоснования перспективных направлений деятельности и развития. 5. Программы и планы – это система мер по реализации принятой предприятием стратегии, призванная решать задачи распределения ресурсов, полномочий и ответственности среди подразделений (сотрудников), участвующих в реализации стратегии; разработки оперативных планов и программ. Стратегическое планирование – это формализованный процесс экономического обоснования миссии, направлений развития, долгосрочных и краткосрочных целей предприятия, и стратегии их достижения. Стратегические планы чаще используются в отраслях с умеренными темпами развития технологий, продукции, факторов внешней среды, где имеется возможность сделать достаточно точный прогноз. Однако в формальных письменных стратегических планах трудно предусмотреть все значимые стратегические события на будущее. Неожиданные возможности или угрозы, новые идеи и предложения заставляют менеджеров модифицировать планы и прибегать к «незапланированным» мероприятиям. В эпоху Internet экономическая среда меняется настолько быстро, что многие компании пересматривают свои стратегии ежеквартально, ежемесячно, порой полностью отказываясь от годовых стратегических планов. Устойчивое функционирование предприятия на рынке является результатом работы всего персонала на всех уровнях организационной структуры управления, который обеспечивает проведение тщательного анализа существующей ситуации в отрасли и на предприятии, выбор наиболее эффективной стратегии развития из числа возможных альтернативных вариантов.