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 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, предназна

Видение 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.