Лекция 7. Сущность процесса стратегического управления

Термин «менеджмент» предполагает три аспекта: 1. «Кто» управляет «кем» (институциональный аспект). Этот аспект характеризует исполнителей задач управления, в частности, менеджеров и органы управления. С другой стороны, таким образом определяют, кто управляет, в частности лиц и других сотрудников, связанных с решениями. 2. «Как» осуществляется управление, и «как» оно влияет на управляемых (функциональный аспект). Этот аспект характеризует, во-первых, деятельность и формирование менеджеров и органов управления. Здесь можно рассматривать как возможные функции управления, так и специальные характеристики деятельности менеджеров (стили управления). С другой стороны, характеризуются отношения воздействия менеджера на управляемых (эффективность управления). 3. «Чем» осуществляется управление? (инструментальный аспект). Этот аспект относится к инструментам, которыми пользуются менеджеры для осуществления своих задач (инструменты управления). Вследствие этого существует такое трактование понятия «менеджмент»: 1. Менеджмент как функция, вид самостоятельной профессиональной деятельности. 2. Менеджмент как интеграционный процесс, позволяющий формировать организации и управлять ими. 3. Менеджмент как специфический орган или аппарат управления современными организациями. 4. Менеджмент как определённая категория людей, социальный слой тех, кто осуществляет работу по управлению. 5. Менеджмент как специфическая область знаний (как самостоятельная наука и искусство). В науке принято выделять специальные области управленческой деятельности, связанные с решением определенных задач менеджмента, которые называют видами менеджмента. На сегодняшний день существует большое количество классификаций видов менеджмента рассмотрим их более подробно (рис. 1.2). В зависимости от функциональной принадлежности — определенной сферы деятельности организации или её звеньев — менеджмент подразделяют на следующие виды. Маркетинг-менеджмент занимается процессами управления изучения рынков, сложившейся и перспективной конъюнктуры, созданием каналов сбыта, формированием ценовой политики, рекламной деятельностью. С его помощью осуществляется изучение поведения фирмы на рынке, оценка текущей и перспектив- 1.1 Сущность, роль и место стратегического менеджмента в организации 9 ной конъюнктуры, отбор целевых рынков, формирование каналов сбыта, выработка ценовой и рекламной политики и т. п. Производственный менеджмент включает в себя управление основными, вспомогательными и обеспечивающими процессами, в результате которых производятся товары, поставляемые организацией на рынок. Производственный менеджмент обеспечивает эффективное осуществление основной деятельности предприятия путем ее направления в нужное русло, координации субъектов и ресурсов. Менеджмент в области материально-технического снабжения и сбыта продукции заключается в управлении процессами оформления хозяйственных договоров на поставку материалов, полуфабрикатов, комплектующих изделий, их доставку, процессами входного контроля, упаковки, хранения и поставки готовой продукции потребителям. Рис. 1.2 – Виды менеджмента Менеджмент персонала направлен на планирование трудовых ресурсов; отбор персонала; оценку кадров и отбор лучших из резерва, созданного в ходе набора; определение заработной платы и льгот; профессиональную ориентацию и адаптацию, обучение и повышение квалификации, оценку трудовой деятельности. Финансовый менеджмент направлен на управление движением финансовых ресурсов и управление финансовыми отношениями, возникающими между хозяйственными субъектами в процессе движения финансовых ресурсов. Финансовый менеджмент занимается вопросами составления бюджета и финансового плана организации; формированием и распределением фонда ее денежных ресурсов, портфеля инвестиций; оценкой текущего и перспективного финансового состояния. Элементами финансового менеджмента являются риск-менеджмент и налоговый менеджмент. Налоговый менеджмент занимается поиском законных способов оптимизации величины уплачиваемых организацией налогов.

Сущность стратегического менеджмента Инновационный менеджмент осуществляет управление нововведениями. Он имеет своим объектом осуществление, координацию и контроль научных исследований, прикладных разработок, создание опытных образцов товаров и услуг, внедрение их в производство; формирование и оценку планов и программ инновационной деятельности, организацию их ресурсного обеспечения; стимулирование творчества. Инновационный менеджмент направлен на управление материализацией (овеществлением) творческой деятельности людей по созданию продуктов, которые техническими, организационными, экономическими характеристиками превосходят существующие или не имеют себе аналогов. Инвестиционный менеджмент — это менеджмент, специализирующийся на управлении инвестициями. Поскольку инвестиция — это вложение капитала с целью получения в будущем прибыли и (или) положительного денежного потока в пользу владельцев бизнеса, то инвестиционный менеджер должен обладать качествами стратегического управленца. Он должен правильно определять приоритеты, организовывать «длинные» потоки материальных и финансовых ресурсов, вдохновлять персонал на долгосрочные цели. Антикризисный менеджмент — система мер, связанная с выживанием любой организации в период перманентного кризиса общества в целом. Получается своеобразное «управление против кризиса».