

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

студентка гр. АМ-71 Півненко А. В.

Організація не може функціонувати без цільових орієнтирів. Цільовий початок в діяльності організації завдається, в першу чергу, тим, що її діяльність знаходиться під впливом інтересів різних груп людей. Цільовий початок і функціонування організації відображає інтереси таких груп або сукупностей людей, як власники організації, працівники організації, покупці, ділові партнери, місцеве суспільство і суспільство в цілому.

Відокремлюються дві основні складові цільового початку в діяльності організації: місія і цілі. Місія може розумітися в широкому розумінні, як філософія, суть існування організації, та у вузькому - як сформульоване, достатньо деталізоване ствердження відносно того, для чого існує організація. Добре сформульована місія включає в себе опис орієнтирів, сфери діяльності, філософії організації, можливостей і способів здійснення діяльності, а також потрібного іміджу організації.

Цілі організації описують конкретний стан окремих параметрів, яких вона бажала б досягти через визначений проміжок часу. Цілі бувають довгостроковими і короткостроковими. Цілі розрізняються також по сферам життєдіяльності організації та рівня ієрархії. Цілі повинні відповідати деяким обов'язковим вимогам. Вони повинні бути такими, щоб їх можна було досягнути, гнучкими, вимірними, конкретними, сумісними та прийнятними.

Встановлення цілей передбачає проходження чотирьох обов'язкових фаз:

- 1) виявлення і аналіз тенденцій, що спостерігаються в оточенні;
- 2) встановлення загальних для організації цілей;
- 3) побудова ієрархії цілей;
- 4) встановлення індивідуальних цілей.

Хоча розвиток самої компанії, визначення цілей, формування стратегії, здійснення стратегічного плану з оцінкою діяльності і складають суть стратегічного менеджменту, але ці п'ять задач не являються чимось ізольованим, а достатньо взаємопов'язані. Існує досить сильний взаємозв'язок між даними задачами. Наприклад, припущення про те, чи можливо і яким чином успішно здійснити стратегію. Питання про місію компанії тісно пов'язані з визначенням цілей, які необхідно досягнути (обидва пункти включають пріоритети діяльності компанії). При встановленні сміливих, але реальних цілей менеджерам необхідно прийняти до уваги як показники поточної діяльності, так і наявність стратегічних альтернатив, здатних підвищити рентабельність компанії. Прийняття рішення з приводу стратегії може бути ускладнено роздумами про шляхи довгострокового розвитку і тим, наскільки занижені або завищені ці цілі. Дійсно, перераховані задачі визначення призначення компанії, встановлення цілей, розробки стратегії необхідно розглядати інтегровано в одному блоці, а не індивідуально.

П'ять задач стратегічного менеджменту виконуються не ізольовано. Вони здійснюються поряд з іншими повсякденними обов'язками менеджерів - контролем за повсякденними операціями, вирішенням кризових ситуацій, відвідуванням зборів, підготовкою звітів, вирішенням проблем співробітників, а також виконанням додаткових обов'язків і суспільних доручень.

Розробка і реалізація стратегії - процес трудомісткий і вимагає від менеджерів різних витрат. Обстановка в компанії часто не розвивається за наміченим шляхом. Події, які примушують переоцінити стратегію, можуть виникати швидко, поступово або в дуже швидкій послідовності. Суть цих подій, які призвели до зміни стратегії, не завжди може бути визначена достатньо легко. Отже, менеджерам в залежності від обставин треба різний час для розгляду питань, пов'язаних зі стратегією. Але насправді менеджери достатньо кваліфіковані для того, щоб вирішити, коли необхідно замінити стратегію і що для цього потрібно зробити.

Існують неформальні, кількісні і якісні методи прогнозування. Неформальні методи заключаються у зборі письмової та усної інформації, як допоміжний засіб для прогнозування і розробки цілей. Кількісні методи можна використовувати для прогнозування, коли є підстави вважати, що діяльність в минулому мала визначену тенденцію, яку можна продовжувати в майбутньому, і коли наявної інформації достатньо для виявлення статистики достовірних тенденцій або залежностей. Крім того, керівник повинен знати, як використовувати кількісну модель, і пам'ятати, що користь від прийняття більш ефективного рішення повинна переkritи витрати на створення моделі. Два типових методи кількісного прогнозування - це аналіз часових рядів і причинно-наслідкове моделювання. Коли кількість інформації недостатня або керівництво не розуміє складний метод, або коли кількісна модель виявляється дуже дорогою, керівництво може використати якісні моделі прогнозування. При цьому прогнозування майбутнього здійснюється експертами, до яких звертаються за допомогою. Чотири найбільш розповсюджених якісних методи прогнозування - це думка журі, сукупний погляд збутовиків, модель очікування споживача і метод експертних оцінок.

Науковий керівник: д.е.н., проф. Балацький О. Ф.