

вильних" осіб відносяться ті, хто виступає за стратегічний план та захищає його, а також відстоює компанію на своєму шляху), нереалістичні цілі або відсутність фокусу та ресурсів (стратегічні плани повинні бути орієнтовані і включати керовану кількість цілей і програм - менші і цілеспрямовані краще, ніж численні і нечіткі).

Отже, необхідно відмітити, що не зважаючи на те, що стратегічний план дозволяє визначити довгострокові цілі і напрями діяльності, однак не всі керівники організацій через низку причин, що були досліджені у даному дослідженні, готові до стратегічного планування чи вважають необхідним розробку такого плану взагалі.

СТРАТЕГІЧНЕ МИСЛЕННЯ КЕРІВНИКА

Захарченко А.Ю.

Науковий керівник – Оболенцева Л.В., канд. екон. наук, доцент

Стратегічне мислення як основа стратегічного планування дуже пов'язане із психологією. Щоб зрозуміти суть стратегічного мислення, визначити його особливості, характеристики, джерела формування, звернемось до досліджень психологів щодо мислення. У психології розрізняють вертикальний і латеральний типи мислення.

Перший тип мислення відбувається етапами, для нього також характерна вибірковість. Якщо допустити помилку на одному з етапів процесу вертикального мислення, це спричинить недосягнення поставленої цілі. Перехід до наступної стадії неможливий без завершення попередньої. Цей тип мислення формує систему стереотипів. Саме таке мислення застосовується для управління компанією у прогнозовані змінних або відносно статичних умовах.

Інший тип, латеральне мислення – це творчий неординарний підхід до будь-якого предмета чи явища. Даний тип мислення являє собою перебудову звичних уявлень і створює умови для появи нових моделей. Головною метою цього типу мислення є генерування нових ідей. Латеральне мислення дає загальні напрямки для розуму, які дають змогу у необхідних випадках застосовувати той чи інший набір прийомів. Даний тип мислення найбільш потрібний під час революційних фундаментальних змін. Процес латерального мислення не можна описати за допомогою алгоритму, але з його допомогою стає можливо по-новому оцінити середовище.

Мислення є процесом відображення людиною предметів і явищ об'єктивної дійсності в їхніх істотних властивостях, зв'язках і відношеннях. Мислення є одним із провідних пізнавальних процесів, його називають найвищим ступенем пізнання.

Стратегічне мислення притаманне кожному з нас. Стратегічне мислення не що інше, як спосіб вирішення довгострокових завдань, що вимагають участі багатьох людей і залучення істотних ресурсів.

Необхідно пам'ятати, що закони стратегічного менеджменту є однаковими як для життєвих, так і для бізнес-задач, і що більшість з нас цілком в змозі їх вирішити. Крім того, стратегія - це не окремий, відірваний від життя документ або спеціальний проект, а невід'ємна частина життя компанії.

Стратегія без виконання - це мрія, так як це не тільки постановка цілей, але і скрупульозне планування шляхів досягнення цих цілей, з урахуванням особливостей зовнішнього середовища та ресурсних обмежень.

Жодна стратегія в сучасному світі не живе довго без істотних змін. Горизонт планування стратегії для середнього або великого бізнесу – три - п'ять роки.

Конкуренти не стоять на місці, вони планують рости. Першим особам компанії важливо підтримувати живий контакт з усіма учасниками ринку - постачальниками, ключовими клієнтами, партнерами. Як правило, вони знають набагато більше, ніж здається, і зі спілкування з ними можна одержати масу корисної інформації про своїх конкурентів і їх планах.

При складанні SWOT-аналізу, менеджери надмірно захоплюються слабкими сторонами і намагаються будувати стратегії їх усунення. Однак Пітер Друкер ще років 40 назад вказував, що успіх в бізнесі не досягається усуненням проблем, а пошуком і реалізацією сприятливих ринкових можливостей.

Формулювання цінностей компанії служить не тільки для нахнення співробітників, але і для реалізації цілком практичних, повсякденних завдань. Чітко і конкретно сформульовані цінності допоможуть співробітникам зорієнтуватися в нестандартних ситуаціях і прийняти правильні рішення.

Таким чином, стратегічно мислячі менеджери орієнтуються не стільки на внутрішні ресурси, скільки на фактори зовнішнього середовища; не стільки на терміни та загрози, скільки на можливості і ключових стейкхолдерів.

Також управлінці виходять за рамки планів і процедур та приймають рішення виходячи з цілей майбутнього і ефективності, а не тільки коротких результатів. Вони розуміють, що терміни - не головне в стратегічному плануванні, тим більше в умовах прискореної циклічності криз, головне - ідеї, на яких компанія може заробляти зараз і в перспективі

Треба відзначити, що на українському ринку керівники зі стратегічним мисленням не рідкість, але це не гарантує їм успіху. Керуючі власники з підприємницькою звичкою мислення часто орієнтуються на короткий і швидкий результат з мінімальними витратами. Вони самі не дають можливості керівникам зі стратегічним мисленням реалізуватися.

Отже, стає зрозуміло, що знайти менеджера зі стратегічним мисленням недостатньо, важливо створити умови для реалізації стратегічних ідей, розвивати в команді топ-менеджменту, в цілому на підприємстві стратегічне мислення та стратегічно мислячих працівників.

СТРАТЕГІЧНІ АЛЬЯНСИ

Айрапетян Д.А.

Науковий керівник – Оболенцева Л.В., канд. екон. наук, доцент

В процесі світової глобалізації кожна компанія для того, щоб залишатися на ринку і мати стабільність та розвиватися, повинна обрати певний шлях, одним з яких може бути – поєднання компаній в альянс. Альянс дає змогу доволі швидко вийти на світовий ринок і не вкладати великі кошти.

Стратегічні союзи мають найбільш потенційну форму організаційних об'єднань. Вважається, що вже в нашому столітті такі союзи стануть головною зброєю і перевагою в конкурентній боротьбі. Для досягнення конкурентних переваг та цілей компанії, її стратегія має реалізовуватися з дотриманням двох умов: найдешевше та найшвидше, саме таку можливість дає укладання альянсу.

Стратегічним альянсом вважається угода про співпрацю організацій, що виконують більше, ніж за боргових операцій, та менше ніж злиття чи поглинання фірм. Компанія може не обмежуватися участю в одному стратегічному альянсі, вона може бути учасником декількох одночасно.

Альянс не може бути самостійною, окремою юридичною одиницею. Альянс – шлях виходу на ринок, який на сьогодні є найменш обмеженим в чинному законодавстві. В стратегічному альянсі можуть приймати участь не лише постачальники та клієнти, а й конкуренти.

При формуванні альянсу напрямки боротьби конкурентів змінюються, тобто конкуренти стають партнерами і поєднуючись в союзи, спрямовують спільні сили на боротьбу з іншими учасниками ринку.

За допомогою альянсу компанія зберігаючи незалежність може зміцнити та закріпити своє положення на ринку в глобальній конкуренції.