

PROCESUL MANAGEMENTULUI STRATEGIC

Autor: Victor VICOL, st. gr. IMC-109

Conducător științific: lec. sup. Maria-Liliana MARIAN

Universitatea Tehnica a Moldovei

Abstract: *Procesul managementului strategic definește setul de decizii și acțiuni concretizat în fundamentarea și implementarea unor planuri și programe proiectate pentru a realiza ansamblul obiectivelor organizației. Managementul strategic se referă la procesul prin care managerii stabilesc direcția de evoluție pe termen lung a organizației, stabilesc obiectivele de performanță specifice, elaborează strategii pentru asigurarea atingerii acestor obiective luând în considerare variate circumstanțe interne și externe și întreprind realizarea planului de decizii și de acțiuni ales.*

Cuvinte cheie: *Management strategic, secvențialitatea, proces dinamic,profitabilitate,performanță.*

Managementul strategic reprezintă setul de decizii și acțiuni folosit pentru formularea și implementarea strategiilor și planurilor, set care poate deveni o bună corelație din punctul de vedere al competitivității, între organizație și mediul său, care să permită îndeplinirea obiectivelor organizaționale. Pentru atingerea scopurilor organizației este necesară perceperea concomitent concretă și integrală a influențelor mediului ambiant exogen și endogen asupra acestui proces. Aflat în corelație evidentă cu strategia de ansamblu a firmei managementul strategic se referă la procesul prin care managerii stabilesc direcția de evoluție pe termen lung a organizației, stabilesc obiectivele de performanță specifice, elaborează strategii pentru asigurarea atingerii acestor obiective-luând în considerare variate circumstanțe interne și externe și întreprind realizarea planului de decizii și de acțiuni ales. Managementul strategic este procesul folosit în firmele moderne pentru a ajuta managerii să răspundă unor întrebări strategice, precum: Unde se află organizația?, Încotro trebuie să se îndrepte?, Ce schimbări și ritmuri există în mediul ambiant al firmei și cu ce ritm se produc?, Ce curs de acțiune poate ajuta firma în îndeplinirea obiectivelor și scopurilor sale?. Din acest punct de vedere, astăzi complexitatea și sofisticarea proceselor decizionale din organizațiile moderne impune existența managementului strategic.[1]

Procesul de formulare și implementare a managementului strategic este un proces tridimensional. Cele trei dimensiuni fundamentale ale managementului strategic sunt dimensiunea economică, dimensiunea umană și dimensiunea organizațională. Dimensiunea economică reprezintă procesul rațional și analitic al managementului strategic și are ca rol să stabilească orientarea tehnico-economică a firmei în funcție de oportunitățile acesteia. Dimensiunea umană în procesul managementului strategic se datorează recunoașterii de către specialiștii firmei ca spațiu social, ca unitate socio-economică dispunând de putere decizională în raport cu mediul extern precum și datorită impactului considerabil al raporturilor de putere și presiunilor sociale interne și externe asupra funcționării firmei. Dimensiunea organizațională este constituită din ansamblul persoanelor și compartimentelor întreprinderii, încadrate într-o configurație concretă, precum și totalitatea relațiilor stabilite între acestea în vederea realizării obiectivelor organizației.[2]

Procesul managementului strategic generează prin practicare consecventă, mai multe implicații importante:

1. secvențialitatea procesului de formulare și implementare a strategiei-procesul începe cu dezvoltarea și reevaluarea misiunii firmei, etapa fiind asociată în mod esențial cu dezvoltarea organizației și cu evaluarea mediului extern;

2. obținerea în orice moment al derulării procesului managementului strategic, corespunzător termenelor intermediare stabilite, a feedback-ului necesar, dar mai ales după implementarea și evaluarea finală a strategiei-acest răspuns oferă managementului organizației posibilitatea cunoașterii exacte a rezultatelor obținute după punerea în practică a strategiei;

3. considerarea procesului managementului strategic drept un proces dinamic- aici trebuie acceptat faptul că toate componentele procesului managementului strategic evaluează și se transformă în mod permanent.

Strategia are patru componente: scopul, alocarea resurselor, competențele caracteristice (distinctive) și sinergia.

Scopul se referă la numărul și specificul afacerilor firmei, la produsele și serviciile care definesc domeniul în care organizația intră în corelație cu mediul.

Alocarea resurselor se referă la nivelul resurselor și la modelul folosit de organizație pentru distribuirea resurselor în vederea îndeplinirii obiectivelor strategice. Se poate stabili și proveniența resurselor.

Competențele distinctive se referă la poziția pe care o firmă o dezvoltă față de competitorii săi prin deciziile sale referitoare la alocarea resurselor sau la scop.

Sinergia definește condițiile care există atunci când părțile componente ale organizației interacționează, producând un efect mai mare decât cel obținut prin acțiunea separată a părților.[3]

Avantajele managementului strategic sunt de natură economică și la nivel comportamental.

Avantajele de natură economică:

- asigurarea profitabilității, ca obiectiv esențial al organizației;
- stabilirea direcției de acțiune a firmei, pentru a se ajunge la performanță trebuie să se cunoască cu certitudine situația economico-financiară a firmei;
- concentrarea eforturilor salariaților în scopul realizării obiectivelor, presupune orientarea atenției spre realizarea acelor produse, lucrări și servicii care pot fi obținute corespunzător strategiei stabilite și prin practicarea managementului strategic;
- consecvența acțiunilor managementului și a celorlalți salariați ai organizației în vederea realizării strategiei propuse, modificarea direcției de acțiune a deciziilor cu mari implicații asupra organizației, salariaților sau stakeholderilor nu mai sunt posibile dacă se practică în mod conștient, asumat și responsabil, managementului strategic;
- asigurarea flexibilității organizaționale, pentru a valorifica toate oportunitățile mediului exogen dar și punctele forte interne.

Avantajele la nivel comportamental:

- cele mai bune decizii pentru organizație sunt cele care rezultă din practicarea consecventă a managementului strategic;
- motivarea personalului de management și de execuție este strâns corelată cu nivelul de participare a acestuia la stabilirea obiectivelor organizației și la realizarea lor;
- golurile și suprapunerile în activități între diverși membri ai grupului sau între grupuri pot fi reduse în cadrul participării la procesul de formulare a strategiei prin clarificarea diferențierii rolurilor;
- rezistența la schimbare se poate reduce;
- anticiparea de către managementul firmei și minimizarea posibilelor consecințe negative ale nerespectării termenelor stabilite pentru realizarea unor obiective cuprinse în strategie.[2]

Managerii trebuie să evite două tipuri de posibile consecințe nedorite ale managementului strategic:

1. procesul managementului strategic este costisitor din punct de vedere a timpului alocat;
2. efectele nefavorabile care pot apărea în cazul în care persoanele care formulează strategia nu sunt implicate și în implementarea acesteia.

Deci ținta procesului managementului strategic este formularea și implementarea strategiei, care are ca finalitate realizarea pe termen lung a misiunii firmei, prin îndeplinirea obiectivelor formulate.

Bibliografie:

1. MATIS R., Managementul resurselor umane, editura economica București 1997.
2. MANULESCU A., Managementul strategic, editura economica Iași 2001.
3. CIOBANU, Ioan Management strategic, editura științe economice Iași 1998.