

METODELE STRUCTURALE ALE MANAGEMENTULUI STRATEGIC

Autor: Iurie SPÎNU

Universitatea Tehnică a Moldovei

***Abstract:** Majoritatea organizatiilor incearca sa elaboreze si sa implementeze strategii pentru atingerea obiectivelor pe termen lung. Prezentarea strategiei organizatiei, alaturi de misiunea si obiectivele sale reprezinta un plan strategic al organizatiei. Pentru elaborarea si aplicarea acestei strategii un rol important il detine un anumit aspect al functiei de previziune numit management strategic.*

***Cuvinte cheie:** Management, strategie, transport.*

Managementul strategic este un proces prin care managerii formuleaza si implementeaza strategii pentru optimizarea din punct de vedere strategic a atingerii unui obiectiv, in anumite conditii interne si externe date. Aceasta definitie reflecta faptul ca managementul strategic este orientat spre atingerea unor obiective pe termen lung si ia in considerare factorii de mediu precum si trasaturile caracteristice ale firmei implicand elaborarea anumitor strategii.

Indiferent de forma juridica sub care se poate prezenta o firma, managementul modern al productiei industriale situeaza pe un prim plan elaborarea unor strategii economice adecvate care sa permita realizarea obiectivelor propuse in conditiile existentei unei puternice competitii pe piata interna si externa.

Elaborarea si aplicarea unor strategii economice adecvate trebuie sa tina seama de noile conditii interne si internationale in care unitatea industrială isi desfasoara activitatea pentru ca in acest fel sa se poata defini mijloacele si caile necesare care trebuie folosite a se putea determina o orientare economica viabila care sa ghideze conducerea firmei pentru realizarea obiectivelor propuse in conditii de rentabilitate.

Rolul factorului uman in intreaga activitate a unitatii fac ca strategia de dezvoltare a firmei sa poata fi privita si ca o strategie de dezvoltare umana, care prefigureaza in special laturile calitative ale procesului (ridicarea pregatirii profesionale a personalului muncitor, dar si economica, de conducere, politica etc, implementarea unor forme eficiente de motivare s.a.).

Orice strategie de dezvoltare a firmei, pentru a fi eficienta, trebuie elaborata temeinic, stiintific. De aceea, la momentul elaborarii ei, este necesar sa se ia în considerare totalitatea factorilor care pot avea influenta asupra acesteia, sa se analizeze fiecare dintre acesti factori si sa se desprinda modul în care isi pun amprenta asupra strategiei firmei, presiunea pe care o exercita si sensul actiunii.

CLASIFICARE DUPA SFERA DE CUPRINDERE

Dupa sfera de cuprindere, strategiile pot fi grupate in doua principale categorii: strategii globale si strategii partiale.

STRATEGIILE GLOBALE

Acestea cuprind obiectivele fundamentale si optiunile majore ale intregii firme, antrenand intregul potential al acesteia.

Strategiile globale presupun stabilirea unor directii comune de urmat in toate domeniile (comercial, de productie, de personal, etc.) si pentru ansamblul produselor din portofoliu. Aceste strategii presupun rezolvarea a numeroase probleme de coordonare între diferitele activitati, de alocare a resurselor disponibile pentru diferitele domenii si activitati ale organizatiei.

STRATEGIILE PARTIALE

Acestea cuprind obiectivele derivate si optiunile strategice de la nivelul diferitelor domenii ale activitatii firmei, precum si anumite parti din potentialul acesteia.

Strategiile partiale cuprind directiile in care trebuie sa actioneze firma in diferitele domenii, care sunt modalitatile de a obtine avantajul competitiv in aceste domenii, precum si responsabilitatile ce revin respectivelor domenii sau functiuni in aplicarea strategiei globale a firmei.

CLASIFICARE IN FUNCTIE DE DINAMICA OBIECTIVELOR

In functie de dinamica obiectivelor fixate, strategiile organizatiei se grupeaza in trei categorii: strategii de dezvoltare, strategii de consolidare si strategii de redresare.

STRATEGII DE DEZVOLTARE

Strategiile de dezvoltare presupun stabilirea unor obiective superioare obiectivelor din perioadele anterioare atat din punct de vedere cantitativ, cat si calitativ.

Acestea sunt strategii globale care vizeaza extinderea activitatilor desfasurate de firma, prin prisma mai multor criterii. In cazul unitatilor economice, dezvoltarea semnifica de regula sporirea vanzarilor si a veniturilor, desi sunt posibile si alte criterii de apreciere (ca de exemplu numarul de piete pe care actioneaza).

Exista trei strategii principale de dezvoltare: concentrarea, integrarea pe verticala si diversificarea.

STRATEGII DE REDRESARE

Strategiile de redresare se caracterizeaza prin faptul ca in cadrul lor se stabilesc obiective strategice la nivelul obiectivelor stabilite intr-o perioada anterioara, dar superioare obiectivelor stabilite in perioada imediat precedenta.

Aceste strategii sunt acelea care au in vedere dorinta sau nevoia de reducere a activitatii economice a firmei, in general prin intermediul reducerii costurilor (reducerea sau eliminarea cheltuielilor neesentiale si instituirea unui control ferm al costurilor) si/sau prin intermediul reducerii activelor (vanzarea de terenuri, echipamente sau a unor subunitati).

Strategiile de redresare sunt: restrangerea, reorientarea, renuntarea, falimentul si lichidarea.

STRATEGIA DE CONSOLIDARE

Strategiile de consolidare cuprind obiective strategice cantitative la nivelul celor stabilite in perioada precedenta, dar superioare din punct de vedere calitativ realizarilor din perioadele anterioare.

Organizatia in general si intreprinderea in special adopta strategii de consolidare dupa anumite perioade de dezvoltare, mai ales din punct de vedere cantitativ, de extindere pe noi piete de desfacere. Prin intermediul strategiilor de consolidare, organizatiile urmaresc sa-si imbunatateasca latura calitativa a activitatilor desfasurate si prin aceasta sa-si consolideze pozitiile ocupate pe piata.

Bibliografie:

1. Hrișcev „Managementul firmei”, Chișinău, 2000;
2. Bacanu B. „ Management strategic ”, Brașov, 2002;
3. Rucu C. „ Managementul afacerilor mici și mijlocii ”, Chișinău, 2002;
4. Burdus E. „ Ghidul managerului eficient”, București, 2004;
5. Philip D., Locklin. Economics of transportation, ediția a 5-a, editura Richard D. Irwin 2005;
6. Keneth D. Boye Principles of Transportation economicis, editura Addison-Wesley, 2006.