



Міністерство освіти і науки України

ПОДІЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНО-ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Економічний факультет

Кафедра менеджменту, публічного управління та адміністрування

**КОНЦЕПЦІЯ СТРАТЕГІЧНОГО
МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ЇЇ ВИКОРИСТАННЯ У
ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ І ЗАРУБІЖНИХ
ПІДПРИЄМСТВ**

ГЛОСАРІЙ

*для здобувачів вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня
освіти на базі ОС магістр, ОКР спеціаліст за спеціальністю 073
"Менеджмент"*

Кам'янець-Подільський, 2020

УДК 65.012.2

Чи58

Рецензенти:

Цвігун Інна Анатоліївна,
доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри
обліку, оподаткування та технологій електронного бізнесу, ПДАТУ

Фурман Діана Григорівна, кандидат економічних наук, доцент Кам'янець-Подільської
філії НУХТ

*Рекомендовано до друку науково – методичною радою ПДАТУ
протокол № 1 від 25.02. 2020 р.*

Чикуркова А.Д.

Чи58 Глосарій з навчальної дисципліни "Концепція стратегічного менеджменту та її використання у діяльності вітчизняних і зарубіжних підприємств " для здобувачів вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня освіти на базі ОС магістр, ОКР спеціаліст за спеціальністю 073 "Менеджмент". Кам'янець-Подільський, 2020. 8с.(0,3 ум.д. а.)

Глосарій призначено для використання здобувачами вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня освіти на базі ОС магістр, ОКР спеціаліст за спеціальністю 073 "Менеджмент" для засвоєння навчальної дисципліни "Концепція стратегічного менеджменту та її використання у діяльності вітчизняних і зарубіжних підприємств".

УДК 65.012.2

@ Чикуркова А.Д., 2020
@ ПДАТУ, 2020

База стратегічних даних - це стислий системний опис найсуттєвіших стратегічних елементів, що належать до зовнішнього середовища підприємства. БСД використовується для оцінки потокового становища, застосовується для визначення прояву процесів у майбутньому та для прийняття стратегічних рішень.

Внутрішні змінні - це ситуаційні фактори всередині підприємства, що постійно знаходяться в полі зору менеджерів: цілі, структура організації, її завдання, технологія і люди.

Господарський (корпоративний) портфель підприємства - сукупність окремих напрямків діяльності підприємства.

Декомпонування стратегії підприємства - це розподіл цілей підприємства і стратегічних функцій по їх досягненню на складові цих цілей і функцій.

Ділова (конкурентна) стратегія - це стратегія вищого рівня для вузькоспеціалізованих підприємств або стратегія другого рівня для диверсифікованих корпорацій (рівень окремих господарських підрозділів корпорації), яка визначає розробку заходів, спрямованих на посилення конкурентоспроможності та збереження конкурентних переваг у довгостроковій перспективі; формування механізму реагування на зовнішні зміни; об'єднання стратегічних дій основних функціональних підрозділів; вирішення специфічних проблем, пов'язаних з бізнесом.

Зовнішнє середовище підприємства - це сукупність чинників та елементів, що знаходяться поза межами підприємства й на які воно не може впливати взагалі або має незначний вплив, проте вони здійснюють на функціонування та розвиток підприємства визначальний вплив.

Інформаційно-аналітичне забезпечення стратегічного управління - система, яка об'єднує елементи організації в єдине ціле, дозволяє сформувати процес стратегічного управління, як безперервну низку управлінських рішень, спрямованих на досягнення стратегічних цілей.

Ключові фактори успіху - це активи та компетенції підприємства, що забезпечують успіх у конкурентній боротьбі.

Конкурентоспроможність підприємства - це здатність підприємства здійснювати свою діяльність в умовах ринкових відносин і одержувати при цьому прибуток, достатній для науково-технічного удосконалення виробництва, стимулювання працівників і підтримки продукції на високому якісному рівні.

Конкурентна перевага - це перевага, що забезпечує міцні позиції на ринку і доходи на рівні вищому, від середнього по галузі, завдяки кращій компетенції і можливостям в певній сфері або напрямку діяльності.

Конкурентна позиція підприємства (конкурентний статус) - це положення, яке підприємство займає в своїй галузі, на певному сегменті ринку відповідно до результатів своєї діяльності і своїх переваг та недоліків в порівнянні з іншими підприємствами.

Корпоративна стратегія - це стратегія, що описує загальний напрямок розвитку підприємства, його виробничо-збутової діяльності. Корпоративна стратегія поширюється на все підприємство, охоплює всі напрямки його діяльності, тому формується вищим керівництвом підприємства.

Макросегментація - це ідентифікація ринку товару, яка враховує групи споживачів і набір функцій, що ґрунтується на конкретній технології.

Маркетингова стратегія може бути визначена як загальний план узгодження маркетингових цілей підприємства і його можливостей, дослідження ринків і вимог споживачів, визначення на цій основі тих товарів, які мають найбільшу цінність для споживача та найкращі перспективи збуту.

Мікросегментація - це процес визначення груп споживачів (сегментів) у межах ідентифікованого ринку товару.

Місія - це сукупність загальних установок і принципів, визначальне призначення і роль організації в суспільстві, взаємини з іншими соціально-економічними суб'єктами.

Мотивація - це вплив на поведінку людини для досягнення особистих, групових або суспільних цілей.

Операційна стратегія підприємства - система заходів, що забезпечує досягнення мети в основному та інших видах діяльності підприємства, крім інвестиційної і фінансової.

Портфельний аналіз - це інструмент стратегічного управління підприємством, за допомогою якого керівництво виявляє та оцінює свою господарську діяльність із метою вкладення коштів у найбільш прибуткові або перспективні її напрямки (структурні підрозділи) та скорочення або припинення інвестицій у неефективні проекти.

SWOT-аналіз - це визначення сильних і слабких сторін підприємства, а також можливостей і загроз, що витікають з його найближчого оточення (зовнішнього середовища).

STEP- і PEST- аналіз - це аналіз макросередовища, що ґрунтується на вивченні соціальних, технологічних, економічних і політичних чинників.

Стратегічна зона господарювання - окремий сегмент оточення, на який підприємство має (або хоче одержати) вихід, що характеризується певним попитом на продукцію, для виготовлення якої необхідна відповідна технологія.

Стратегічна прогалина - це інтервал між можливостями, зумовленими наявними тенденціями зростання підприємства, та бажаними орієнтирами, необхідними для розв'язання нагальних проблем зростання та зміцнення підприємства в довгостроковій перспективі.

Стратегічна сегментація являє собою вибір цільових сегментів ринку, які найповніше відповідають можливостям підприємства та особливостям розвитку ринку і на які підприємство претендує (має або хоче отримати вихід).

Стратегічне бачення - погляди менеджерів компанії на те, якими видами діяльності підприємство збирається займатися і який довгостроковий курс його діяльності.

Стратегічне управління - вид управління організацією підприємством, фірмою тощо, який базується на людському потенціалі як основі організації, орієнтує виробничу діяльність на запити ринку, здійснює гнучке регулювання і своєчасні зміни в організації, що відповідають змінам навколишнього оточення і дозволяють отримати конкурентні переваги, що в сукупності допомагає організації вижити і досягти своєї мети в довготерміновій перспективі.

Стратегічні альтернативи - це набір різних варіантів стратегій, які дають змогу підприємству досягти цілей, в межах вибраного напрямку й обмежень на використання ресурсів.

Стратегічні зміни - це зміни, що проводяться в процесі виконання стратегії.

Стратегічні одиниці бізнесу - незалежні одна від одної сфери діяльності підприємства, які характеризуються певним продуктом (або групою продуктів), колом клієнтів і особливих ринкових завдань.

Стратегічний аналіз підприємства - це процес визначення критично важливих ключових понять зовнішнього і внутрішнього середовищ, які можуть вплинути на здатність підприємства досягати своїх цілей як у коротко -, так і довготерміновій перспективі.

Стратегічний господарський підрозділ - це структурна одиниця диверсифікованої корпорації, що займається одним видом діяльності (бізнесу), або певним видом бізнесу.

Стратегічний господарський центр - це внутріфірмова організаційна одиниця, яка відповідальна за вироблення стратегічних позицій підприємства в одній або декількох зонах господарювання.

Стратегічний елемент бізнесу - напрямок діяльності підприємства, що має власну місію і завдання, діяльність якого можна планувати незалежно від інших напрямків.

Стратегічний контроль - це особливий вид управлінської діяльності на підприємстві, що полягає в спостереженні та оцінці проходження процесу стратегічного управління, який забезпечує досягнення поставлених цілей та виконання обраних стратегій через встановлення стійкого зворотного зв'язку.

Стратегічний контроль передумов - постійна перевірка ступеня обґрунтованості та актуальності посилянь, на базі яких розроблявся "стратегічний набір", оцінка ступеня ризикованості факторів, що не могли бути врахованими, оскільки знаходяться поза впливом підприємства.

Стратегічний контроль реалізації - перевірка за заздалегідь обраними параметрами у визначеній годині процесу виконання стратегічних планів, проектів та програм, формулювання заходів і внесення своєчасних змін у процес, який є об'єктом контролю.

Стратегічний набір - це система стратегій різного типу, що їх розробляє підприємство на певний відрізок часу, яка відбиває специфіку функціонування та розвитку підприємства, а також рівень його претендування на місце й роль у зовнішньому середовищі.

Стратегічний нагляд об'єднує стратегічний контроль передумов та стратегічний контроль реалізації, створює єдину систему, спрямовану на контроль усіх етапів стратегічного управління. Стратегічний нагляд, на відміну від стратегічного контролю передумов та контролю реалізації, не має жорстокого переліку об'єктів. Його роль полягає в об'єднанні двох взаємодоповнюючих типів контролю.

Стратегічний сегмент представляє собою напрямок діяльності підприємства, що характеризується унікальною комбінацією ключових факторів успіху, отриманої в результаті аналізу наявних і можливих ресурсів у розглянутому періоді часу.

Стратегія - це генеральна програма дій, спрямована на досягнення визначених орієнтирів діяльності підприємства на підставі оцінки його потенційних можливостей і прогнозування розвитку зовнішнього середовища.

Стратегія диверсифікації діяльності підприємства полягає в урізноманітненні бізнесу підприємства шляхом його виходу на нові сектори ринку і розширення діапазону його діяльності.

Стратегія зростання - характерна для підприємств, функціонуючих у галузях, що динамічно розвиваються (стадія зародження та зростання життєвого циклу підприємства). Ця стратегія передбачає вибір цільових сегментів, посилене інвестування, науково-дослідні розробки та інновації.

Стратегія скорочення припускає комплексні дії відносно поступового згорання бізнесу, що перейшов у заключну стадію життєвого циклу. До стратегій скорочення відносяться також стратегія "збір урожаю", скорочення витрат, скорочення та ліквідації підприємства.

Стратегія стабілізації - це стратегія підприємств, бізнес яких досяг зрілості (стадія зрілості або стабілізації життєвого циклу підприємства). Підприємства прагнуть захистити досягнуті позиції від конкурентів, знизити витрати та ціни, знайти нові ринки збуту.

Стратегія управління персоналом (персонал-стратегія) полягає у визначенні системи добору, відбору, розвитку кадрів; планування, організації, контролю діяльності підприємства загалом і його підрозділів.

Фінансова стратегія - це загальний план визначення фінансових потреб і фінансових результатів, а також альтернативного вибору джерел фінансування з метою мінімізації вартості капіталу та максимізації прибутку.

Функціональні стратегії належать до управління поточною основною діяльністю підрозділів (відділ маркетингу, відділ фінансів, виробничий відділ тощо). Відповідальність за формування функціональної стратегії лежить на керівниках відділів (підрозділів).

Цілі - опис кінцевих і проміжних станів підприємства в ході реалізації стратегії.

Навчальне видання

Чикуркова Алла Дмитрівна

**КОНЦЕПЦІЯ СТРАТЕГІЧНОГО
МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ЇЇ ВИКОРИСТАННЯ У
ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ І ЗАРУБІЖНИХ
ПІДПРИЄМСТВ**

*Глосарій для здобувачів вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня освіти на
базі ОС магістр, ОКР спеціаліст за спеціальністю 073 "Менеджмент"*

Редактор А.Д. Чикуркова

Підписано до друку 2020 р. Формат 30 × 42/4.
Папір офсетний. Ризографія. Авт. арк. 0,3.
Обл.–вид. арк. 0,2. Ум.д.а. 0,3 Тираж 20 прим. Зам. _____.

Підготовлено до друку та видруковано
у Подільському державному аграрно-технічному університеті.
32300, Кам'янець-Подільський, вул. Шевченка, 13