

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/nauchno-issledovatel'skaya-rabota/199038>

Тип работы: Научно-исследовательская работа

Предмет: Менеджмент

-

1. Основы стратегического развития и планирования

Ядром стратегического планирования является выбранная компанией стратегия, на реализацию которой должны быть направлены ее ресурсы и усилия. В связи с этим целесообразно уточнить понятие и сущность стратегии.

Таким образом, стратегия - это программа, план, генеральный курс субъекта управления по достижению им стратегических целей в любой области деятельности. В общем виде, стратегический анализ состоит из трех основных этапов, представленных на рисунке 1.

Рисунок 1 - Алгоритм проведения стратегического анализа

Проанализировав теоретические источники, был предложен следующий алгоритм проведения стратегического анализа:

1. Анализ стратегии развития организации. В рамках данного этапа необходимо:

- проанализировать миссию, видение и задачи организации;
- исследовать стратегическую цель организации и стратегические планы;
- составить дерево целей организации;
- построить бизнес-модель по А. Остервальдеру;
- оценить финансовое состояние организации, отражающее достижение целей коммерческой организации;
- выявить стадию жизненного цикла развития организации;
- оценить стратегию компании.

2. Анализ внешней среды компании. В рамках данного этапа необходимо:

- проанализировать влияние факторов внешней среды на компанию при помощи PEST-анализа;
- провести отраслевой анализ (статистический и динамический анализ рынка);
- провести конкурентный анализ (пять сил конкуренции по Портеру, анализ конкуренции, составление многоугольника конкурентоспособности);
- разработать стратегическую канву.

3. Анализ внутренней среды компании. В рамках данного этапа необходимо:

- составить цепочку ценности организации;
- провести SNW-анализ;
- оценить функциональные зоны внутренней среды;
- провести GAP- анализ.

4. Обобщение результатов анализа при помощи SWOT-анализа.

5. Выбор стратегии развития компании.

6. Определение направлений улучшений.

7. Практические рекомендации по осуществлению стратегии.

8. Оценка эффективности внедрения стратегии.

В рамках исследования стратегии компании «Яндекс» используем анализ внешнего окружения и PESTEL-анализ.

«Яндекс» - это компания, известная качеством предоставляемых услуг, начиная поисковым сервисом, медиа развлечениями и поддержкой сайтов и заканчивая банкингом и услугами такси. Специализация нового направления – заказ такси. Позволяет решать транспортные проблемы для частных лиц, предоставляя услуги такси.

Всплеск потребности в услугах такси значительно возрос в 2013 году когда власти Москвы ввели платную парковку. Тогда же аналитики указали на динамическое ценообразование компаний в сфере такси (тариф меняется в зависимости от времени суток). По оценкам PwC, совокупный таксопарк в Москве достигнет 40

тыс. машин к 2025 году. Переполненный московский рынок заставляет компании выходить в другие города. Во многих городах-миллионниках начинают вводить платные парковки, и они также страдают от пробок, поэтому там услуги такси востребованы не меньше, чем в столице.

Санкт-Петербург является вторым рынком в России для создания дополнительного таксопарка после Москвы. Как только там начнет расширяться зона платной парковки, город ожидает настоящий бум спроса на такси. Еще один перспективный рынок — Сочи. Там основная аудитория — отдыхающие.

По оценке PwC, в будущем личный автомобиль будет необходим только за пределами населенных пунктов, тогда как в городе люди предпочтут совместное использование такси как более выгодный и комфортный вариант передвижения. Уменьшение количества автомобилей приведет к сокращению выбросов парниковых газов в атмосферу. Быстрому развитию культуры такси способствует высокая численность населения в совокупности с высокой плотностью, а также тот факт, что изначально процент людей с правами и навыком вождения автомобиля был немаленьким.

Выводы:

1. Рынок такси, является перспективным,
2. Спрос на услуги такси в мегаполисах составляет 300-400 руб. на человека в день и он имеет растущий тренд,
3. Широко развивается сервис заказа такси не только в мегаполисах, но и городах других форматов.

Экономические факторы оказывают сильное влияние на развитие такси. Прежде всего, значим фактор снижения покупательской способности и переход на «бережливую» модель расходов. В итоге потребитель изыскивает способы экономии на своих поездках, снижения стоимости содержания автомобиля за счет отказа от его использования и выбора других моделей передвижения. Также рост численности жителей мегаполисов будет способствовать росту спроса на услуги такси. Если политика ценообразования будет ориентирована на доступность услуги, то экономический фактор будет оказывать не столько значимое влияние.

Каршеринг. По оценкам PwC, совокупный парк каршеринга в Москве достигнет 30 тыс. машин к 2025 году. Переполненный московский рынок заставляет компании выходить в другие города. Во многих городах-миллионниках начинают вводить платные парковки, и они также страдают от пробок, поэтому там каршеринг востребован не меньше, чем в столице.

Политико-правовые факторы

Политико-правовые факторы не являются сильно влияющими на процесс развития такси. С точки зрения законодательства, регламентация услуг такси происходит в соответствии с нормами Гражданского Кодекса Российской Федерации, Правила дорожного движения, а также Федеральный закон «О защите прав потребителей».

Политические факторы:

- развитие такси поддерживается городскими властями. Правительство Москвы приветствует конкуренцию в сфере такси и будет внимательно отслеживать развитие этого сегмента рынка. «Если данный сегмент будет активно развиваться, покажет свою востребованность, обратимся к Министерству транспорта Российской Федерации с вопросом о возможности данных автомобилей перемещаться по полосам общественного транспорта, как это разрешено легальным таксистам», — отметил заместитель Мэра

-

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/nauchno-issledovatel'skaya-rabota/199038>