

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://studservis.ru/kontrolnaya-rabota/383206>

Тип работы: Контрольная работа

Предмет: Стратегический менеджмент

Содержание

Введение.....	3
1. Сущность стратегического анализа.....	4
2. Методы стратегического анализа.....	11
3. Моделирование в системе стратегического анализа.....	16
Заключение.....	24
Список литературы.....	25

Предприятие, которое исследователь «подвергает» стратегическому анализу, рассматривается им как явление двойственной природы. Прежде всего, общество рассматривается как своего рода закрытая система, обладающая индивидуальными и отличительными особенностями: оно имеет свою структуру, потенциал, определенный ограниченный объем специфических ресурсов, определенные финансовые показатели.

В этом случае стратегический анализ работает со сферой «внутренней среды» компании. Основным результатом при таком подходе должно быть понимание организации процессов управления и планирования на предприятии, общих механизмов его (предприятия) существования.

Во – вторых, компания в стратегическом анализе понимается как составная часть макросистемы (региональный, Национальный или мировой рынок) - характер ее отраслевых связей, макроэкономические показатели местоположения, в котором находится компания, структура и состояние рынков, бизнес-среда и т. д.

Для нас важно понимать, в каком контексте должна работать компания и как строятся ее отношения с этой средой, партнерами, поставщиками и конкурентами. В то же время стратегический анализ должен быть направлен в первую очередь на то, чтобы выделить аспекты, относящиеся к макросистеме конкретной компании.

Таким образом, для производителя женской одежды вряд ли есть интерес к тенденциям изменения соотношений в государственном оборонном заказе. Приоритетные области исследования должны быть подразумеваемыми априори, то есть они должны быть определены еще до начала стратегического анализа-на основе предпринимательского здравого смысла и элементарных знаний экономики и бизнес-видения.

Результатом стратегического анализа является определение общих целей организации, которые определяют сферу ее деятельности. На основе целей определяются цели. Они используются для представления показателей стратегического планирования.

При стратегическом анализе изучается внутренняя и внешняя среда компании.

Анализ внешней среды

Анализ внешней среды позволяет лицам, принимающим решения, контролировать внешние факторы организации, с тем чтобы предвидеть потенциальные угрозы и новые возможности. Анализ внешней среды позволяет организации своевременно прогнозировать угрозы и возможности, разрабатывать ситуационные планы на случай чрезвычайных ситуаций, разрабатывать стратегию, которая позволит организации достичь своих целей и превратить потенциальные угрозы в выгодные возможности.

Можно выделить восемь факторов, влияющих на организацию:

1. экономический фактор.

Экономические факторы не менее важны, чем демографические. О количестве потенциальных клиентов компании мало что можно знать. Важно определить, сколько и какие услуги они захотят приобрести. На платежный процесс населения влияют многие факторы, среди которых уровень экономического развития самой страны, размер заработной платы, инфляция и безработица. Необходимо учитывать сильную зависимость спроса на туристические услуги от доходов.

Средние данные показывают, что население вынуждено тратить только около 70% своих доходов на покупку продуктов питания. Такая ситуация негативно сказывается на развитии рынка туристических услуг.

Это уровень инфляции, международный платежный баланс, уровень занятости и так далее. Каждый из них может представлять угрозу или новую возможность для компании.

2. политические факторы.

Активное участие деловых кругов в политическом процессе свидетельствует о важности государственной политики для организации.

3. рыночные факторы.

1. Анастасия, Александровна Соколова und Галина Николаевна Гогина Денежные потоки организации и их стратегический анализ / Анастасия Александровна Соколова und Галина Николаевна Гогина. - М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2019. - 272 с.

2. Андрейчиков, А. В. Системный анализ и синтез стратегических решений в инноватике / А.В. Андрейчиков, О.Н. Андрейчикова. - М.: Либроком, 2023. - 360 с.

3. Андрейчиков, А. В. Системный анализ и синтез стратегических решений в инноватике. Концептуальное проектирование инновационных систем / А.В. Андрейчиков, О.Н. Андрейчикова. - Москва: СИНТЕГ, 2019. - 432 с.

4. Андрейчиков, А.В. Системный анализ и синтез стратегических решений в инноватике / А.В. Андрейчиков. - Москва: СИНТЕГ, 2021. - 768 с.

5. Андрейчиков, А.В. Системный анализ и синтез стратегических решений в инноватике. Книга 5 / А.В. Андрейчиков. - Москва: Высшая школа, 2019. - 191 с.

6. Андрейчиков, А.В. Системный анализ и синтез стратегических решений в инноватике. Концептуальное проектирование инновационных систем. Книга 4 / А.В. Андрейчиков. - Москва: СИНТЕГ, 2020. - 894 с.

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/kontrolnaya-rabota/383206>