

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