

Стратегический анализ внутренней и внешней сред организации

Костин Роман и Исламов Анатолий

Оценка сильных и слабых сторон организации

- ▮ **Сильные стороны** — это опыт и ресурсы, которыми владеет предприятие, а также стратегически важные сферы деятельности, позволяющие побеждать в конкурентной борьбе.
- ▮ **Слабые стороны** — это недостатки и ограничения, препятствующие успеху.

Оценка конкурентоспособности

- Оценка конкурентоспособности основывается на сравнении характеристик анализируемой продукции с конкретной потребностью и выявлении их соответствия друг другу.
- Для объективной оценки необходимо использовать те же критерии, которыми оперирует потребитель, выбирая товар на рынке.
- Следовательно, должна быть решена задача определения номенклатуры параметров, подлежащих анализу и существенных с точки зрения потребителя.

Определение сильных и слабых сторон следует проводить по всем направлениям деятельности предприятия:

- организация и общие управления;
- производство;
- маркетинг;
- финансы и учет;
- управление кадрами и др.

Главные достоинства характеризуют исключительную компетенцию (уникальные преимущества) предприятия в решении поставленных задач

Swot анализ



Конкуренция среди производителей в самой отрасли



Виды конкурентов.

- Выделяются стратегические группы конкурентов:
- Существуют прямые конкуренты – это предприятия, которые в прошлом и настоящем.
- Среди потенциальных конкурентов различают:
 - - существующие предприятия, которые расширяют круг предлагаемых услуг, совершенствуют продуктовую стратегию для того, чтобы лучше удовлетворять потребности клиентов и в результате стать прямыми конкурентами;
 - - новые фирмы, вступающие в конкурентную борьбу.

Анализ исследования конкурентов

- 1.Что мотивирует конкурента?
- 2.Цели на будущее для различных сфер деятельности на всех уровнях управления
- 3.Как конкурент ведет или может вести себя?
- 4.Современные стратегии. Как конкурент ведет конкурентную борьбу?
- 5.Представления о самом себе и отрасли
- 6.Возможности сильные и слабые стороны

Результаты анализа показывают:

- - где сильные места у конкурентов и где они слабее;
- - чему конкуренты отдают предпочтение;
- - как быстро можно ожидать реакции конкурентов;
- - какие существуют барьеры для выхода на рынок;
- - каковы перспективы выстоять в конкурентной борьбе.

Спасибо за внимание!