Государственное казенное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«РОССИЙСКАЯ ТАМОЖЕННАЯ АКАДЕМИЯ»
Кафедра управления

Презентация по дисциплине «Общий менеджмент»
на тему:

Выявление, анализ и оценка стратегических альтернатив

Выполнила: студент гр. Т092
Акишева Юлия

Люберцы,
2011

Благо везде и всюду зависит от соблюдения двух условий:

1)правильного установления конечной цели и

2)отыскания соответственных средств, ведущих к конечной цели.

Аристотель

Содержание

1. Понятия «стратегия» и «альтернатива»

2. Анализ стратегических альтернатив. Оценка стратегии

3. Реализация стратегии

4. Оценка реализации стратегии

Список использованных источников

1. Понятия «стратегия» и «альтернатива»

СТРАТЕГИЯ - комплекс базовых решений, направленных на достижение генеральной цели фирмы и исходящих из оценки рыночной ситуации и собственных возможностей, а также других факторов и сил окружающей среды.

ЭЛЕМЕНТЫ:

долговремен-ные цели *(планы, программы), определяющие деятельность организации на перспективу (стратегические цели)*

технологии, *с помощью которых реализуется достижение стратегических целей*

ресурсы, *которые будут использованы при достижении стратегических целей*

система управления, *обеспечивающая достижение стратегических целей*

АЛЬТЕРНАТИВА - одна из возможностей, исключающая другую.

Процесс выбора стратегии

1 этап. **Разработка**	2 этап. **Доводка**	3 этап. **Анализ**
Создаются стратегии, которые позволяют достичь поставленных целей. На этом этапе важно разработать как можно большее число альтернативных стратегий	Дорабатываются до уровня адекватности многообразным целям развития предприятия. Формируется общая стратегия	Анализируются альтернативы в рамках выбранной общей стратегии фирмы и оцениваются по степени пригодности для достижения ее главных целей

2. Анализ стратегических альтернатив. Оценка стратегии

Ограниченный рост

Для стратегии ограниченного роста характерно установление целей от достигнутого, скорректированных с учетом инфляции. Стратегия ограниченного роста применяется в зрелых отраслях промышленности со статичной технологией, когда организация в целом удовлетворена своим положением. Организации выбирают такую альтернативу потому, что это самый легкий, удобный и наименее рискованный способ действия.

Рост

Стратегия роста осуществляется путем ежегодного значительного повышения уровня краткосрочных и долгосрочных целей над уровнем показателей предыдущего года.

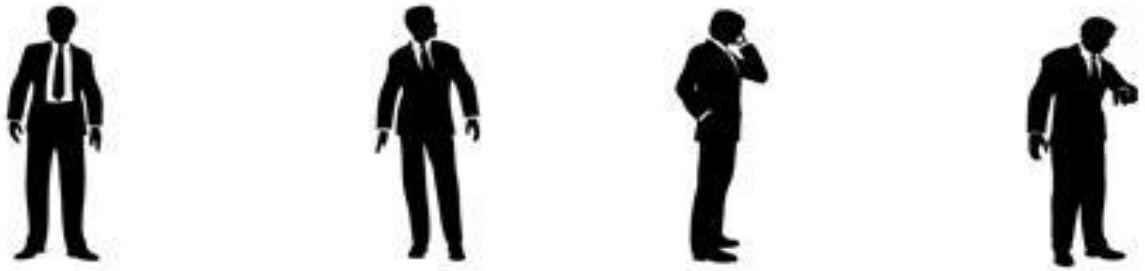
Стратегия роста является второй наиболее часто выбираемой альтернативой. Она применяется в динамично развивающихся отраслях с быстро изменяющимися технологиями.

Ее могут придерживаться руководители, стремящиеся к диверсификации своих фирм, чтобы покинуть рынки, пребывающие в стагнации. В неустойчивой отрасли отсутствие роста может означать банкротство. В статичной отрасли отсутствие роста или неудача диверсификации могут привести к атрофии рынков и отсутствию прибылей.

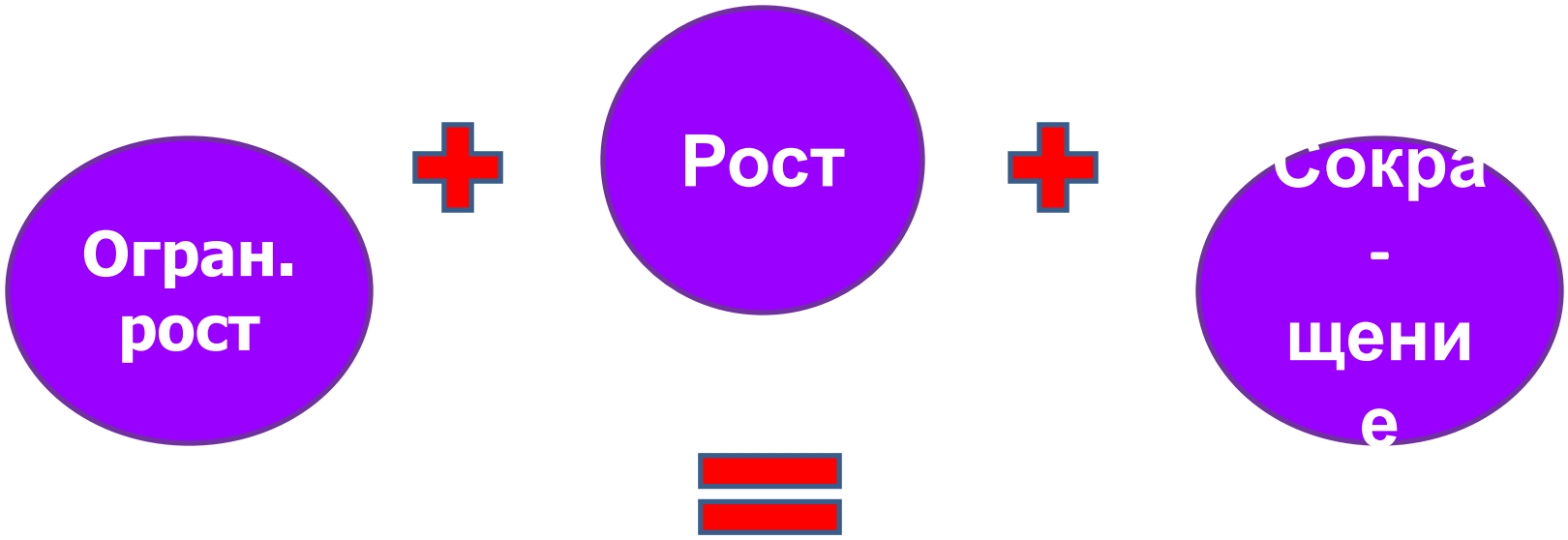
Сокращение

Уровень преследуемых целей устанавливается ниже достигнутого в прошлом. Фактически для многих фирм сокращение может означать здравый путь рационализации и переориентации операций. В рамках альтернативы сокращения *может быть несколько вариантов*.

Ликвидация



Сочетание



СОЧЕТАНИЕ

Выбор стратегии

После того как руководство рассмотрит имеющиеся стратегические альтернативы, оно обращается к конкретной стратегии. Целью является выбор стратегической альтернативы, которая максимально повысит долгосрочную эффективность организации. Хотя выбор общей стратегии представляет собой как право, так и обязанность высшего руководства, окончательный выбор оказывает глубокое влияние на всю организацию.

На стратегический выбор влияют разнообразные факторы:

1. Риск
2. Знание прошлых стратегий
3. Реакция на владельцев
4. Фактор времени

3. Реализация стратегии

Работа по реализации стратегии относится к области административных задач. *Она включает в себя:*

- создание организационных возможностей для успешного выполнения стратегии;
- управление бюджетом с целью выгодного размещения средств;
- определение политики предприятия, обеспечивающей реализацию стратегии;
- мотивацию работников для более эффективной работы. При необходимости следует видоизменить их обязанности и характер работы с целью достижения наилучших результатов по реализации стратегии;
- увязывание размеров вознаграждения с достижением намеченных результатов;
- создание благоприятной атмосферы внутри предприятия для успешного выполнения намеченной цели;
- создание внутренних условий, обеспечивающих персоналу предприятия возможность ежедневного эффективного исполнения своих стратегических ролей;

4. Оценка реализации стратегии

Оценка реализации стратегии осуществляется по следующим ступеням:

- необходимо удостовериться, что текущие цели предприятия и его задачи точно соответствуют общим желаниям руководства предприятия и его стратегии в целом;
- необходимо описать продукт, выпускаемый предприятием, и дать ему оценку соответствия текущему моменту;
- менеджер должен точно определить сегменты своих потребителей, а также взять в расчет все потенциальные сегменты рынка, на котором работает предприятие;
- следует построить профиль потребителей, который специфически определяет нужды, выгоды и покупательские критерии потребителей продукции данного предприятия;
- необходимо правильно определить стратегические единицы бизнеса и дать им правильную оценку;
- менеджер должен учесть все силы индустрии, которые воздействуют на стратегические единицы бизнеса данного предприятия;
- пункты дифференциации должны являться устойчивыми и отчетливыми в глазах потребителей данного предприятия;
- стратегические выводы для каждой стратегической единицы бизнеса должны совпадать с целями и возможностями данного предприятия;
- выполнение конкретной стратегии и конкретных тактических ходов должно соответствовать ресурсам данного предприятия и успешно осуществляться на каждом этапе.

Список использованных источников

1. Виханский О.С., Наумов А.И. «Менеджмент», 4-е издание. М: Экономисть, 2006.
2. Яцушко А.Н. «Общий менеджмент. Методологические основы» Курс лекций. М:РИО РТА 2002.
3. Интернет-ресурс: www.infomanagement.ru.
4. Интернет-ресурс: www.wikipedia.org.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!