



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:

долговременные 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, исключаящую другую.



Процесс выбора стратегии



1 этап. **Разработка**

Создаются стратегии, которые позволяют достичь поставленных целей. На этом этапе важно разработать как можно большее число альтернативных стратегий

2 этап. **Доводка**

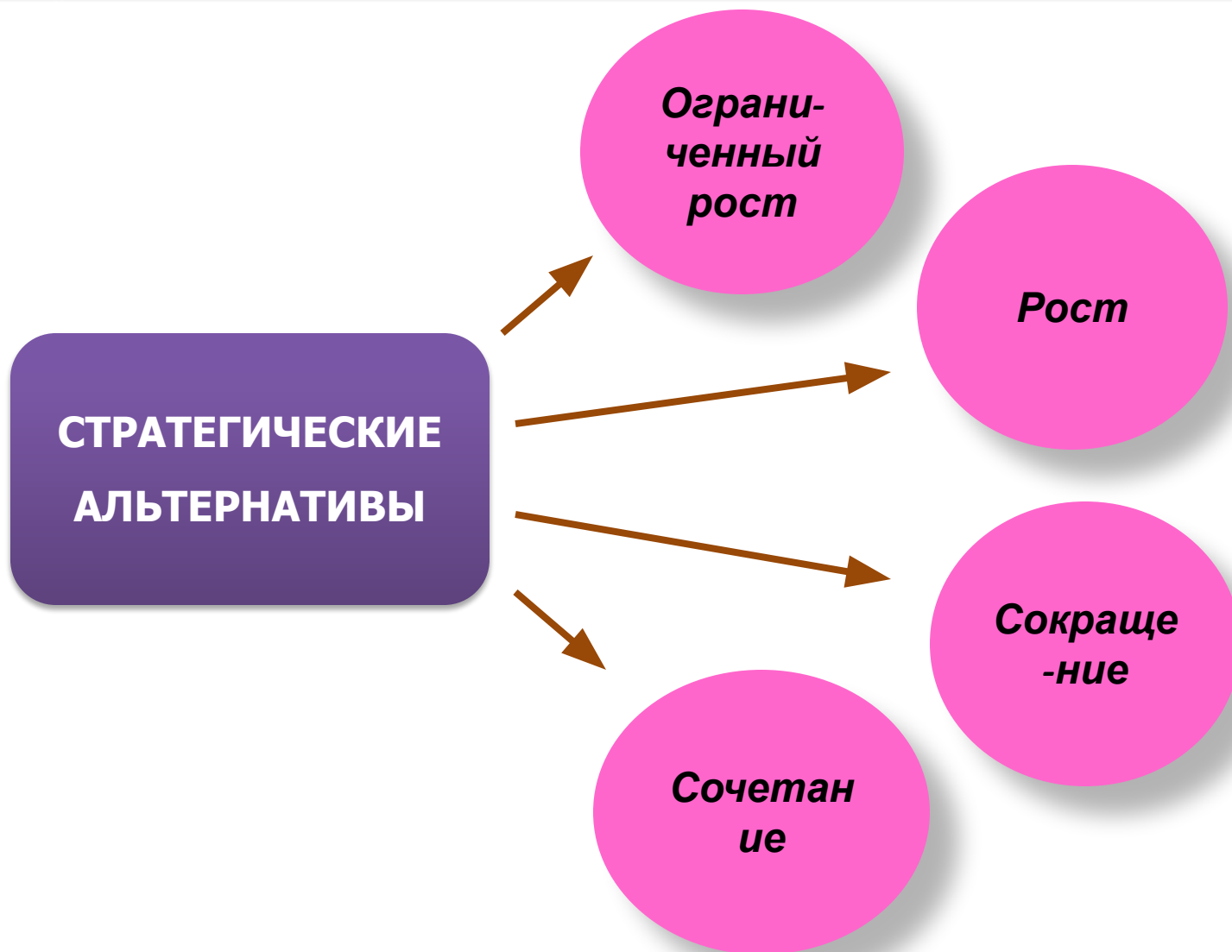
Дорабатываются до уровня адекватности многообразным целям развития предприятия. Формируется общая стратегия

3 этап. **Анализ**

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



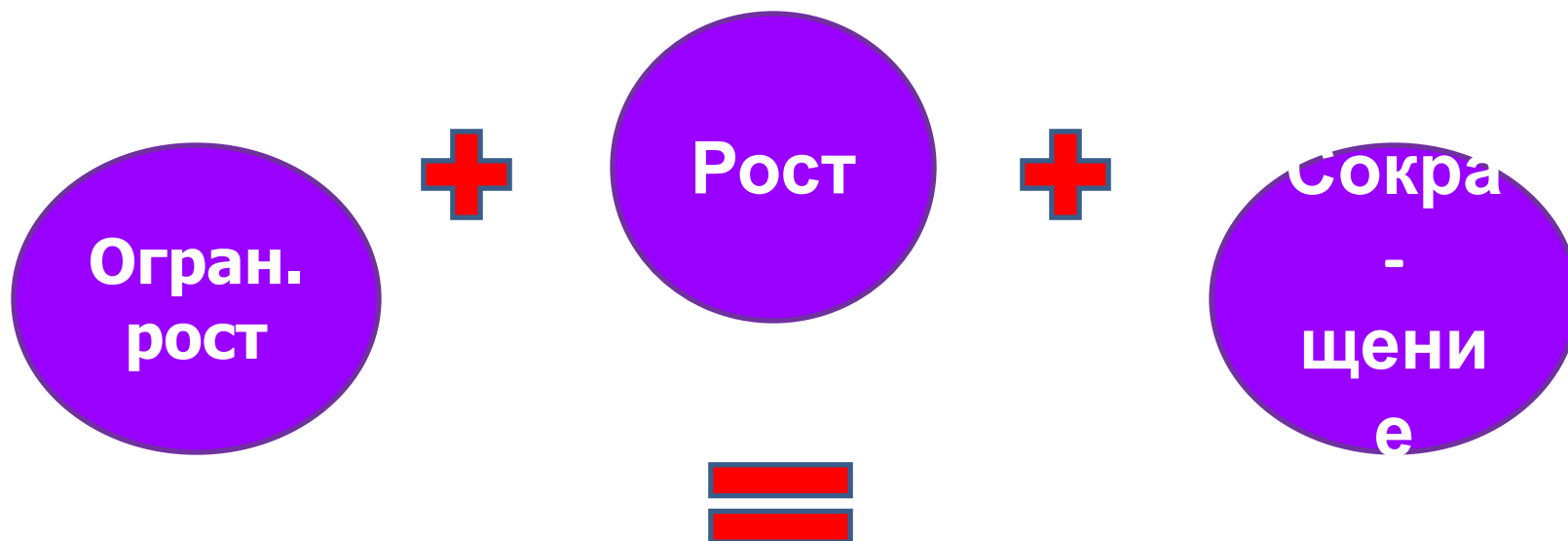
Уровень преследуемых целей устанавливается ниже достигнутого в прошлом. Фактически для многих фирм сокращение может означать здоровый путь рационализации и переориентации операций. В рамках альтернативы сокращения *может быть несколько вариантов.*

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 желанием 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: Экономистъ, 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!**

