

image not found or type unknown



Стратегический анализ — это процесс исследования и анализа окружающей среды, в которой работает организация, а также самой организации с целью информирования процесса разработки стратегии. Среда организации состоит из двух компонентов - внутренней среды и внешней среды. Необходимо тщательно изучить как внутреннюю, так и внешнюю среду, чтобы выявить факторы, влияющие на организации и способствующие принятию решений.

Прежде чем мы перейдем к сути проведения стратегического анализа и различным инструментам, которые вы можете использовать, мы должны рассмотреть, как стратегический анализ вписывается в общий цикл стратегического управления. Вам может быть интересно, зачем это нужно? И нет, мы не просто пытаемся подсчитать количество слов. Мы хотим дать вам целостное понимание всего цикла стратегического управления, поскольку ваш стратегический анализ будет информировать следующую часть цикла, к которой вам нужно будет перейти, как только вы закончите здесь, и так далее, и так далее. Понимание и понимание каждого шага в этом процессе позволит вам лучше планировать и реализовывать свою стратегию в целом.

Цикл стратегического управления — это, по сути, движение вперед и назад между стратегическим планированием и реализацией. Вы планируете свою стратегию, а затем реализуете ее. После реализации или после определенного периода времени вы вернетесь к планированию и пересмотру своей стратегии, а затем снова перейдете к фазе реализации.

Проведение стратегического анализа будет варьироваться в зависимости от уровня стратегии, на котором вы завершаете стратегический анализ. Например, команда, участвующая в проведении стратегического анализа с целью создания стратегического плана для корпорации с несколькими предприятиями, будет иметь разные фокусы в анализе по сравнению с менеджером команды в отделе организации. Поэтому вместо того, чтобы пытаться дать вам точный список вещей, которые нужно охватить, и шагов, которым нужно слепо следовать, гораздо полезнее снабдить вас концепциями того, что должно быть охвачено стратегическим анализом.

Содержание внутреннего и внешнего анализа будет варьироваться в зависимости от уровня вашей стратегии. В этом руководстве мы приведем примеры того, что должно быть рассмотрено на каждом уровне стратегии.

1. Понимание уровня Стратегии.

Стратегия приходит на разных уровнях в зависимости от того, где вы находитесь в организации и какого размера ваша организация. Вы можете создавать стратегию для руководства всей организацией с несколькими бизнесами или создавать стратегию для своей маркетинговой команды. Таким образом, процесс будет отличаться для каждого, поскольку для каждого существуют разные цели и потребности.

Если вы не уверены, на каком уровне стратегии вы завершаете свой анализ стратегии, вы можете проверить сообщение, которое мы написали некоторое время назад, объясняя каждый из уровней стратегии. Как только вы четко определитесь со своей стратегией, прыгайте обратно сюда, чтобы продолжать идти.

2. Внутренний анализ

Внутренний анализ смотрит внутрь организации и оценивает элементы, составляющие внутреннюю среду. Проведение внутреннего анализа позволяет выявить сильные и слабые стороны вашей организации. Эти знания в сочетании с знаниями внешнего анализа помогут руководству принимать стратегические решения при осуществлении процесса разработки стратегии.

Первым шагом внутреннего анализа должно быть определение инструмента или структуры, которые вы будете использовать для проведения анализа. Есть много инструментов, которые вы можете использовать, чтобы помочь вам во время внутреннего анализа, и мы углубимся в это немного позже в этой статье, но чтобы дать вам представление сейчас, Анализ пробелов, Оценка стратегии и VRIO-все это отличные инструменты, которые можно использовать для получения четкой картины вашей внутренней среды. После того, как вы выбрали инструмент, который будете использовать (подсказка - вы можете использовать более одного), вам нужно будет начать исследование и сбор данных. Инструмент, который вы используете, должен дать вам некоторую структуру вокруг того, на какую информацию и данные вы должны смотреть.

Начало разработки стратегии после этого анализа гарантирует, что ваш стратегический план был сформулирован таким образом, чтобы использовать преимущества сильных сторон и возможностей, а также компенсировать или улучшить слабые стороны и угрозы. Ваша организация может быть уверена, что вы эффективно и эффективно распределяете свои ресурсы, время и внимание.[\[1\]](#)

3. Внешний анализ

Внешний анализ рассматривает окружающую среду, в которой работает организация, и то, как эти факторы в настоящее время влияют или могут повлиять на организацию. Ключевое различие между факторами, внешними по отношению к организации, и внутренними факторами заключается в том, что организация, как правило, практически не контролирует внешние компоненты. Организации должны просто сканировать окружающую среду и реагировать на нее. С другой стороны, организация, как правило, полностью контролирует внутренние факторы и может вносить изменения, чтобы повлиять на эти внутренние факторы. Внешние факторы организации включают в себя такие вещи, как отрасль, в которой организация конкурирует, политический и правовой ландшафт, в котором она работает, и правила, по которым она должна играть, и сообщества, в которых она работает.

4. Основные выводы

После того, как вы прошли через процесс исследования и анализа различных элементов вашего внутреннего и внешнего окружения и извлекли ключевые выводы, важно сообщить об этих выводах вашей стратегии или команде менеджеров. Скорее всего, мы не завершили весь анализ самостоятельно, возможно, вы управляли проектом конкретного внутреннего анализа, такого как анализ пробелов, в то время как другой член команды сканировал внешнюю среду, а другой завершил анализ цепочки создания стоимости. Каждый член команды обладает определенной информацией, но ни у кого нет полной картины.

Создание определенного места, где каждый может получить доступ к данным, должно быть вашим первым шагом, но это не должно останавливаться на достигнутом - должно быть проведено стратегическое совещание, чтобы обсудить все ключевые выводы, которые все нашли, и убедиться, что все находятся на одной странице относительно среды организации.

Анализ пробелов — это отличный инструмент внутреннего анализа, который помогает вам выявить пробелы в вашей организации, препятствующие прогрессу в достижении ваших целей и видения. Анализ дает вам процесс сравнения текущего

состояния вашей организации с желаемым будущим состоянием, чтобы выявить текущие пробелы, которые вы затем можете создать ряд действий, которые позволят преодолеть выявленный пробел.

Подход к анализу пробелов в стратегическом планировании-один из лучших способов начать думать о своих целях структурированным и осмысленным образом. Если вы заинтересованы в использовании этого инструмента, ознакомьтесь со статьей, которую мы недавно написали, которая проведет вас через весь процесс и даст вам бесплатный шаблон для использования.

Список литературы

1. Тарасов Дмитрий Игоревич Современные инструменты стратегического анализа // УЭКС. 2017. №10 (70). URL:
<https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-instrumenty-strategicheskogo-analiza>
1. Тарасов Дмитрий Игоревич Современные инструменты стратегического анализа // УЭКС. 2017. №10 (70). URL:
<https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-instrumenty-strategicheskogo-analiza>
[↑](#)