

2-дәріс. Стратегияны талдаудың негізгі әдістері

2.1 *SWOT талдау*

2.2 *GAP-талдау*

2.3 *Сыртқы факторларды
талдау*

Э.ғ.д., доцент
Тургинбаева А.Н.



2.1 SWOT талдау. Стратегия бойынша кез келген жұмыс компания қызмет ететін нарықтық жағдайды жан-жақты зерттеуден және қызмет ету барысында жолығуы мүмкін мүмкіндіктер мен қауіптерді зерттеуден басталады. Стратегиялық басқаруда және маркетингте ең кең таралған талдау түрі – SWOT талдау. SWOT талдауды жүргізу процесінде төрт фактор қарастырылады:

- *Strengths* — күшті жақтары;
- *Weaknesses*— әлсіз жақтары;
- *Opportunities* — мүмкіндікдер;
- *Threats* — қауіптер.

Бұдан келесіні түсінуге болады:

- күшті (S) және әлсіз (W) жақтар — бұл компания қызметінің өзі бақылай алатын бөлігі;
- Мүмкіндіктер (O) мен қауіптер (T) — бұл компания бақылауынан тыс факторлар, және бұл факторлар оның дамуына әсер етуі мүмкін.

Осылайша, SWOT талдау компанияның күшті және әлсіз жақтарын және әлеуетті мүмкіндіктері мен қауіптерін анықтауға және оны құрылымдауға мүмкіндік береді. Менеджерлер өз компаниясының ішкі күші мен әлсіздігін нарықтың оларға беретін мүмкіндіктерімен салыстыруы қажет. Екеуінің сәйкестігіне қарай олар ұйымның даму бағытын және ресурстарды орналастыру көздерін анықтай алады.

	Әлсіз жақтары
<p>лық көздер; к; ігінің жоғарылығы; елестік күрес; өнімде; рдың болуы; д танымалдығы; қуаттылық;; елісі; ; сшы ретінде танылған; імді басқару; е сенімді жеткізушісі; жабдықтар; иясы; ң жақсы түсіну; ғы; тұжырымдалған стратегия</p>	<ul style="list-style-type: none"> • өнімнің өзіндік құны жоғары; • жабдықтардың тозу дәрежесі жоғары; • негізгі бәсекелестермен салыстырғанда өнімнің жоғарылығы; • қаржыландыру жетіспеушілігі; • стратегияны өзгерту үшін қажет қаржыландырудың болмауы; • қызмет көрсету деңгейі төмен; • тұтынушылар туралы ақпаратты талдаудың болмауы; • компанияның нарықтағы жаман атағы; • басқару икемділігінің жоғалуы; • кейбір біліктілік аспектілерін жоғалту; • Нарықтық шеберлік орташадан төмен; • нарықты жетілдіру бойынша әлсіз саясат; • әлсіз тарату желісін; • әлсіз нарық қатысушысы;
	Қауіптері
<p>жетімділігі; төмен белсенділігі; дың әлсіреуі; лардың пайда болуы; тіс қозғалысының күшеюі;</p>	<ul style="list-style-type: none"> • нарықтың өсуінің баяулауы; • тұтынушылар талғамының өзгеруі; • валюта курстарының қолайсыз жылжуы; • Бәсекелестердің қаталдануы; • төмен бағалаумен қаталдпн бәсекелестердің тартып алуы;

2.2 GAP-талдау. Мұнда стратегиялық талдаудың ең тиімді талдауының бірі — үзілістерді талдау, немесе GAP-талдау қарастырылған. Бұл талдау көмегімен қойылған мақсатқа жету үшін іс әрекеттер іздестіріледі. Адамдар көбінесе стратегиялық мақсаттар қоюда өздерінің ойларындағылар мен шын мәнінде бар нәрсемен шатастырып алады.



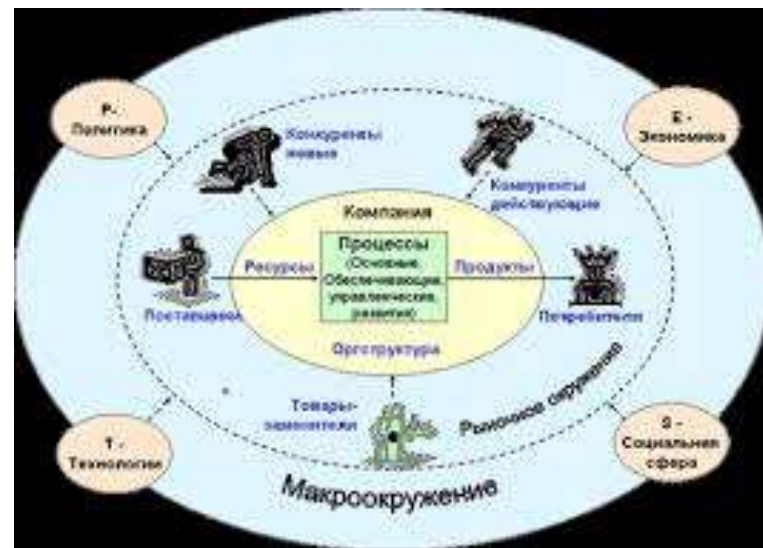
GAP-талдау келесі этаптардан тұрады:

1. Ағымдағы құнды анықтау. GAP-талдау компанияның жоспарланған кезеңдегі жағдайына эксперттік бағалау немесе математикалық болжамдық әдістерді қолдану арқылы болжам жасаудан басталады.

2. Максимальды қол жетімді құнды анықтау. Бағалау процесінде бар кемістікті анықтау қажет, және одан құтылуға болады ма білу керек. Егер кемістік оны еңсеру үшін тым үлкен болса оны бірнеше өтпелі кезеңдеріне қол жеткізуін бұзу немесе процесті барынша ұзақ кезеңге созу қажет.

3. Қарастырылатын критерийлерді таңдау. Бұл этап төңірегінде жоспарлау жүзеге асатын барлық қызмет бағыттарында жалпы кемістікті бөлу қажет. Осылайша барлық жоспарлау бөлімдері қазіргі және болашақ кемістіктерді жоюға әсер ететін қажеттіліктер тобын білдіреді. Мүмкін болатын қажеттіліктер тобының құрамына информациялық, коммуникациялық, қаржылық, маркетингтік, әкімшілік және техникалық қажеттіліктер кіруі мүмкін.

○ **2.3 Сыртқы факторларды талдау.** Стратегиялық басқарудың ең маңызды элементтерінің бірі сыртқы ортаға талдау және нарыққа мониторинг жасау. Компания үшін күтілетін қауіптер мен мүмкіндіктер мұның барлығы іскерлік ортада қалыптасатын жағдайлар. Сыртқы ортада компаниялар бәсекелестерден, адал емес жеткізушілерден, тез өзгеріске ұшырайтын салықтық заңнамадан, әлеуметтік катаклизмдерден, және тағы сол сияқты күтпеген «тосынсыйдан» қауіптенеді.



- Сонымен қатар, компанияны бизнеске қажетті сатып алушылар, ресурстар тосып тұрады. Сыртқы факторларды талдау компанияның ұзақ мерзімді және қысқа мерзімді дамуында сыртқы ортамен арақатынасын қамтамасыз ететін стратегиялық шешімдерді әзірлеуге көмектеседі. Стратегиялық шешімдер компанияның әлеуетін мақсатқа жететін деңгейде қолдауға, және қауіптер мен мүмкіндіктерді ашуға мүмкіндік береді.

