|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Характеристики для сравнения | Оперативное управление | Стратегическое управление |
| Для чего создана организация? |  | + |
| Фокус (объект) внимания менеджмента |  | + |
| Учет фактора времени (перспектива) |  | + |
| Ключевые элементы системы управления | + |  |
| Подход к управлению персоналом | + |  |
| Степень формализации |  | + |
| Информационные условия | + |  |
| Методы | + |  |
| Критерий эффективности управления | + |  |

**Задание 1**

**Задание 2**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Действия | Рациональное или творческое | Целостное или детальное | Актуальное или прогностическое |
| Интерпретация финансовых показателей отдела за текущий период |  | + |  |
| Определение потребностей отдела в финансовых ресурсах для получения запланированных результатов |  |  | + |
| Анализ существующих комплексных систем управленческой информации | + |  |  |
| Определение межфункциональных потребностей организации в ресурсах для получения запланированных результатов |  |  | + |
| Переоценка распределения затрат между подразделениями с помощью нового метода бухгалтерского учета | + |  |  |
| Проектирование новой системы бухгалтерского учета, обеспечивающий более адекватную оценку будущей деятельности отдела |  | + |  |

**Задание 3**

KFC

Направление деятельности:

KFC специализируется на предоставлении быстрого и вкусного питания, основанного на жареной курице. Компания предлагает широкий ассортимент блюд, включая кусочки курицы, бургеры, картофель фри, салаты и напитки.

Продукция:

Основной продукцией KFC является жареная курица, приготовленная по секретным рецептам компании. Кроме того, они также предлагают различные виды бургеров, сандвичей, салатов, закусок и напитков.

Клиенты:

Целевая аудитория KFC включает в себя людей всех возрастов и социальных групп, предпочитающих быстрое и вкусное питание. Однако чаще всего можно наблюдать молодежь и семьи с детьми среди посетителей KFC.

Ситуация на рынке:

KFC является одним из лидеров в отрасли быстрого питания, имеющим значительную долю на рынке. Сеть распространена по всему миру и пользуется популярностью в различных странах благодаря своему узнаваемому бренду и вкусным блюдам.

Конкуренты:

Основные конкуренты KFC в сфере быстрого питания включают McDonald's, Burger King. Эти компании также предлагают широкий выбор блюд и активно конкурируют за долю на рынке.

Внутренние проблемы:

Хотя KFC имеет сильный бренд и широкую популярность, у неё также есть свои внутренние проблемы. Некоторые из них могут включать в себя управление качеством продукции и обслуживания, проблемы с соблюдением стандартов безопасности пищевой продукции, а также вопросы, связанные с устойчивостью бизнеса в условиях изменяющихся требований рынка и потребительских предпочтений. Кроме того, сеть также может сталкиваться с вызовами в области трудовых отношений и управления персоналом.

**Задание 4**

Положительные факторы внешней среды для KFC:

1. Глобальное присутствие: Распространение KFC по всему миру позволяет компании извлекать выгоду из масштаба, получать прибыль от различных рынков и диверсифицировать риски.

2. Рост спроса на быстрое питание: В целом спрос на быстрое питание сохраняет стабильную динамику, что обеспечивает постоянный поток клиентов в рестораны KFC.

3. Сильный бренд и узнаваемость: KFC имеет сильный бренд и высокую степень узнаваемости, что способствует привлечению клиентов и увеличению продаж.

4. Инновации в продукции: Внедрение новых продуктов и акций, а также адаптация к изменяющимся вкусам и предпочтениям потребителей позволяют KFC удерживать свою конкурентоспособность и привлекать новых клиентов.

Отрицательные факторы внешней среды для KFC:

1. Конкуренция в отрасли: Сильная конкуренция со стороны других брендов быстрого питания, таких как McDonald's, Burger King, может оказывать давление на прибыльность и долю рынка KFC.

2. Изменение потребительских предпочтений: Изменение предпочтений потребителей в отношении здорового питания и требования качественной продукции могут потенциально негативно сказываться на спросе на продукцию KFC.

3. Законодательство и регулирование: Строгие нормативные требования в области здоровья, безопасности и качества пищевых продуктов могут повышать затраты на производство и влиять на операционные процессы компании.

4. Воздействие экономических факторов: Нестабильность экономической ситуации, инфляция, колебания валютных курсов и другие экономические факторы могут влиять на покупательскую способность и расходы потребителей, что отразится на выручке KFC.

**Задание 5**

**Сильные стороны (Strengths):**

1. Узнаваемый бренд: KFC имеет сильный и узнаваемый бренд, который ассоциируется с качественной жареной курицей и быстрым обслуживанием.

2. Глобальное присутствие: KFC имеет широкую сеть ресторанов по всему миру, что позволяет ей извлекать выгоду из масштаба и диверсифицировать риски.

3. Широкий ассортимент продукции: Компания предлагает разнообразные блюда, включая кусочки курицы, бургеры, салаты и напитки, что удовлетворяет различные вкусы клиентов.

4. Инновации в продукции: KFC постоянно внедряет новые продукты и акции, следуя за изменяющимися вкусами и предпочтениями потребителей.

**Слабые стороны (Weaknesses):**

1. Зависимость от жареной курицы: Основной продукт KFC - жаренная курица, что делает компанию уязвимой для изменений в предпочтениях потребителей или роста интереса к здоровому питанию.

2. Ограниченный вегетарианский ассортимент: Время от времени KFC сталкивается с критикой за отсутствие разнообразных вегетарианских и веганских опций, что может исключать из клиентской базы определенные группы потребителей.

3. Высокие конкурентные расходы: Конкуренция в отрасли быстрого питания может требовать значительных затрат на маркетинг и рекламу для привлечения и удержания клиентов.

4. Проблемы с управлением качеством: Иногда возникают проблемы с соблюдением стандартов качества и безопасности продукции, что может повлиять на репутацию компании.

**Возможности (Opportunities):**

1. Расширение ассортимента продукции: Внедрение новых вегетарианских и веганских опций может привлечь новых клиентов и удовлетворить изменяющиеся потребности рынка.

2. Развитие в новых регионах: KFC имеет возможность расширить свое присутствие в новых регионах или странах, где еще не установлена широкая сеть ресторанов быстрого питания.

3. Инвестиции в технологии и цифровизацию: Внедрение новых технологий и развитие онлайн-продаж могут улучшить клиентский опыт и увеличить эффективность работы.

4. Увеличение сегмента здорового питания: Разработка здоровых и более питательных опций может привлечь новых клиентов и удовлетворить растущий спрос на более здоровое питание.

**Угрозы (Threats):**

1. Конкуренция на рынке: Сильные конкуренты, такие как McDonald's, Burger King, могут угрожать доле рынка KFC и создавать давление на цены и прибыльность.

2. Изменение потребительских предпочтений: Изменение вкусов и предпочтений потребителей, а также рост интереса к здоровому питанию, может снизить спрос на продукцию KFC.

3. Экономическая нестабильность: Экономические кризисы, инфляция и другие экономические факторы могут снизить покупательскую способность и повлиять на расходы потребителей на быстрое питание.

4. Риск репутационных потерь: Проблемы с качеством продукции, обслуживанием или безопасностью могут негативно отразиться на репутации KFC и повлиять на доверие потребителей.