

# СТРАТЕГИЧЕСКИ МЕНИДЖМЪНТ

Разработил: доц. д-р инж. Тереза Тодорова Тодорова-Соколова

## Външна среда на организациите II

С цел да се изяснят факторите на външната среда и тяхното значение и влияние върху дейността и развитието на съвременните организации, в този ресурс от **МОДУЛ 2 /тема3/** се разглеждат познати и намерили практическо приложение методи и техники за анализ и оценка.



**Изготвил: Николай Синоров, СФ ИМ, 55гр, ФН-161219049**

## ЗАДАЧА 1

### *Предимства и недостатъци на конкурентите*

Представете сравнителен анализ на произволно избрана организация и нейните ключови конкуренти, като използвате посочената по-долу таблица 1 и следната (4 степенна) оценъчна скала:

- 0 - липса на влияние;
- 1 – слабо изразено влияние;
- 2 – умерено изразено влияние;
- 3 – силно изразено влияние;
- 4 – изключително голямо влияние.

Включете и лидера на пазара в разработваната оценка, независимо, че може да не е сред преките конкуренти на организацията.

Табл.1. Конкретно сравнение

Характеристика / „4 Р“	Конкурент 1	Конкурент 2	Конкурент 3	„Лидер“
Продуктов асортимент	4	4	4	4
Качество на продукта	3	4	4	4
Цена на продукта	2	3	4	4
Условия на доставка	2	2	3	4
Разпознаваемост на марката	4	4	4	4
Обобщена оценка:	3	3.4	3.8	4

# СТРАТЕГИЧЕСКИ МЕНИДЖМЪНТ

Разработил: доц. д-р инж. Тереза Тодорова Тодорова-Соколова

Изяснете:

- ✓ Кой е основният конкурент на разглежданата организация? -BMW
- ✓ Кой е „най-изявения“ конкурент (изключая лидера) съобразно получената „обобщена оценка“? -BMW
- ✓ Ако разглежданата организация не е „лидер“, в какво се изразява изоставането на организацията спрямо лидера? Условия на доставка
- ✓ Организацията ,която разглеждаме е Мерцедес-Бенц  
Конкурентите са: Audi,Lexus,BMW

## ЗАДАЧА 2

*Сравнение*

Като използвате признаците в таблица 2, сравнете разглежданата организация (от задача 1) с водещия и основния й конкуренти.

Признак	Организация	Конкурент 1	Конкурент 2
Пазарно покритие	Глобален пазар	Глобален пазар	Глобален пазар
Пазарен дял	7% в световен мащаб	7% в световен мащаб	
Конкурентни предимства	Високо ниво на качество и луксозна визия	Спортен и едновременно луксозен интериор	Иновативен дизайн
Слаби страни	Висока цена и скъпа поддръжка	Скъпа поддръжка	Висока цена и скъпа поддръжка
Потенциал за развитие	Повече електрически модели и постепенно махане на ДВГ. автомобили Въвеждане на все повече нови технологии	Повече електрически модели	Постепенно премахване на ДВГ и въвеждане на Електрически автомобили

Забележка: при определяне на „Потенциал за развитие“ да се вземе предвид – големина на организация, финансово състояние / финансова мощ, ресурсна обезпеченост, използвани технологии, възможности за иновации.