

# Оцінка ефективності бізнес-стратегії фірми



Оцінка стратегії є завершальним етапом стратегічного планування і продовжується на всіх етапах реалізації стратегії.

Вона може вироблятися за двома напрямками:

*оцінка вироблених конкретних стратегічних варіантів для визначення їх придатності, здійсненності, прийнятності і послідовності відносно організації;*

*порівняння результатів реалізації стратегії з рівнем досягнення цілей.*

# Основні елементи



01

необхідна для оцінки стратегії інформація може бути недоступна або доступна в непридатній формі, або надходити несвоєчасно

02

існування значних розбіжностей думки про те, за якими критеріями оцінювати стратегії

03

визначення кількості інформації, необхідної для створення реалістичних прогнозів прибутковості

небажання керівництва проводити систематичну діяльність з оцінки через складність і непродуктивність цього процесу

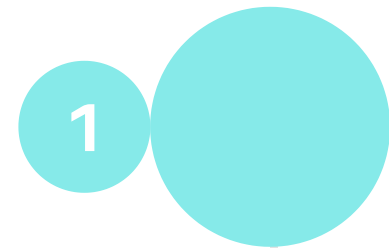
04

може також виникнути опір занадто ретельній оцінці стратегії, тому що ніхто не хоче, щоб його оцінювали погано

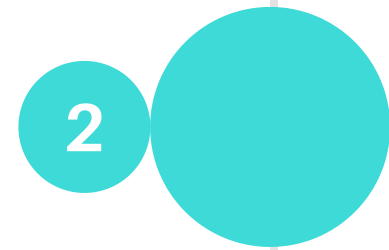
05

## Труднощі при оцінці стратегії

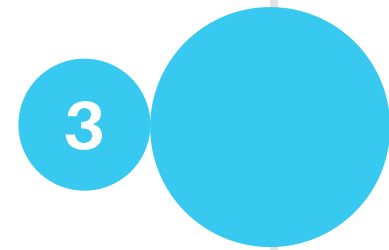
## Підходи до оцінки стратегії



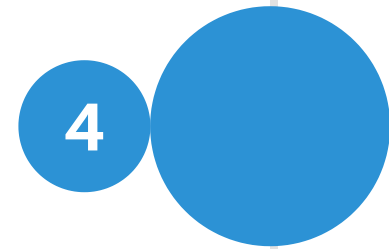
*Аналіз  
портфеля замовлень*



*Матриця  
Мак-Кінсі*



*Аналіз  
життєвого циклу*



*Бенчмаркинг*

# АНАЛІЗ ПОРТФЕЛЯ ЗАМОВЛЕНЬ

Цей підхід зосереджує на природі ринків організації і на конкурентній стратегії організації. Концепція портфеля замовлень виникла з досвіду роботи **Бостонської консалтингової групи (BCG)**. Основним завданням методу BCG є допомога керівникам у визначенні потреб різних підприємств у грошових потоках або видах діяльності в межах будь-якої окремої компанії. Даний метод дозволяє вирішувати ці питання шляхом з'ясування, у якому місці на матриці розташовується кожен вид діяльності. Матриця може дати обґрунтування орієнтації на довгостроковий розвиток продукту.

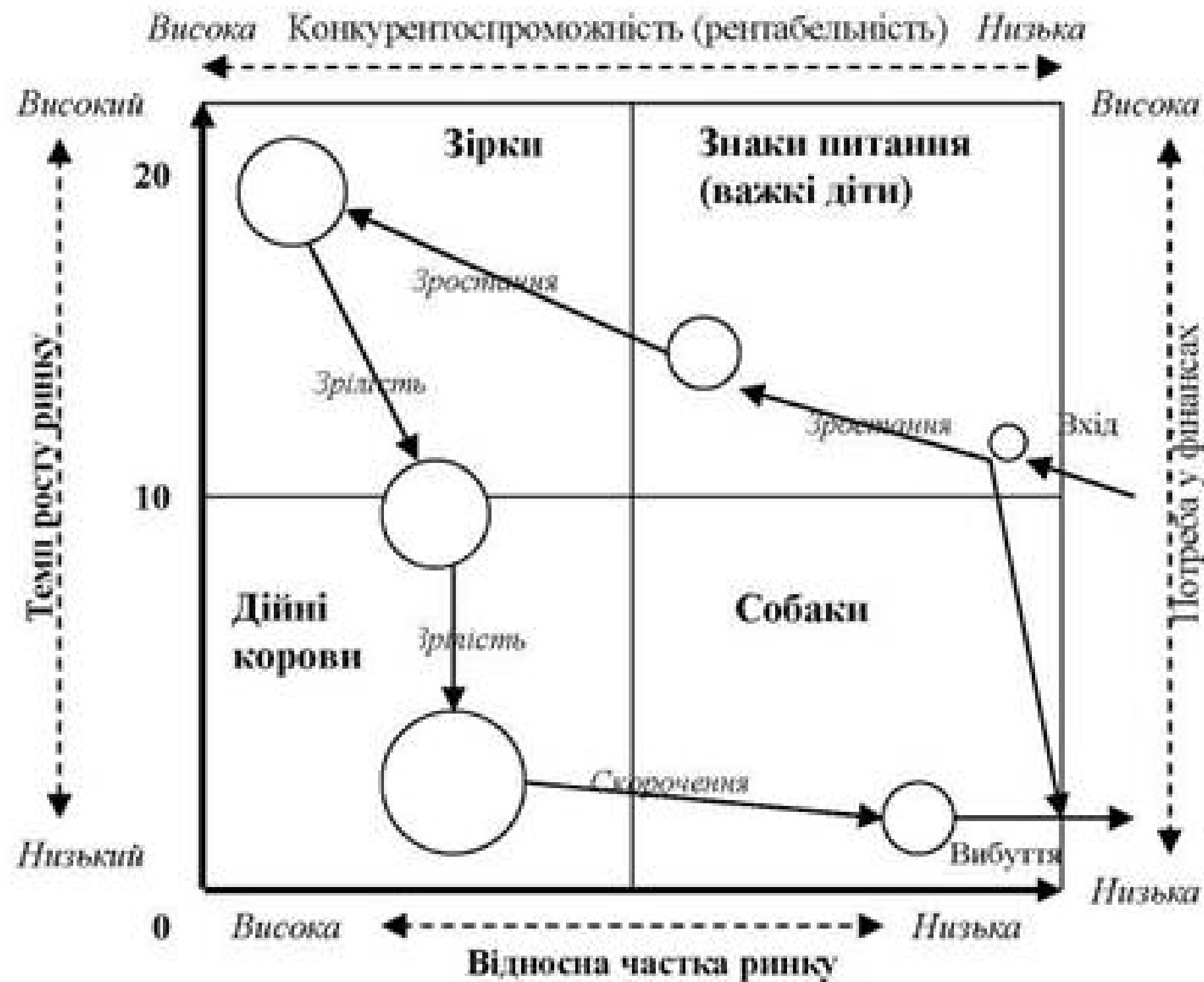


Рис. 6.1. Матриця БКГ „зростання – частка ринку”

# МАТРИЦЯ МАК-КІНСІ

Була розроблена консультантами з питань управління консалтингової компанії Мак-Кінсі (McKinsey). Як і у матриці BCG кожен вид господарської діяльності оцінюється за двома напрямками: привабливістю галузі виробництва й конкурентним положенням підприємства. Висновки для стратегії за матрицею Мак-Кінсі визначені й однозначні. В залежності від того, в якій клітинці матриці знаходиться СГЦ, для нього вибирається відповідна стратегія..

## Конкурентний статус організації

Привабливість галузі

	низький	середній	високий
висока	Інвестувати або вийти з ринку	Інвестувати	Утримувати або посилювати лідерство
середня	Вийти з ринку, поступово скоротити інвестиції	Зростати або вийти з ринку	Утверджувати лідерство на ринку
низька	Скоротити інвестиції	Поступово скоротити інвестиції	Забрати основний капітал, вибіркова оборонна стратегія

# АНАЛІЗ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ

Проходить послідовно чотири стадії: зародження, ріст (або розвиток), зрілість, старіння (занепад) Матриця виконує кілька функцій.

Конкурентна позиція	Життєвий цикл продукції			
	Зародження	Зростання	Зрілість	Занепад
Домінуюча		Природній розвиток		
Сильна				
Середня			Селекція (відбір)	
Слабка				
Гранична				Відмова



# БЕНЧМАРКИНГ

01

пошук щодо невеликого числа компаній, які займаються подібними видами діяльності й досягли найкращих показників ефективності в галузі

02

кількісна оцінка розриву в ефективності функціонування даної компанії й кращої в галузі

03

розробка програми дій для усунення цього розриву

Це методика зіставлення ефективності господарської діяльності досліджуваної компанії й компанії, що є лідером у даній галузі.

Дякую за увагу!