

Стратегически фактори и значението им за изграждането на успешен бизнес

1. Корпоративни
цели



2. Корпоративна стратегия



3. Планови инструкции и
допускания



4. 5-годишен корпоративен план



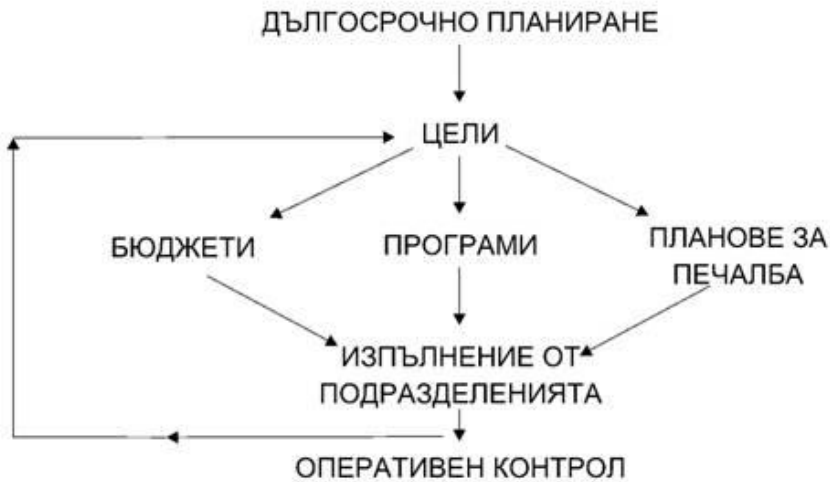
5. Годишни планове и бюджети



6. Тримесечно следене на
изпълнението



Erasmus+

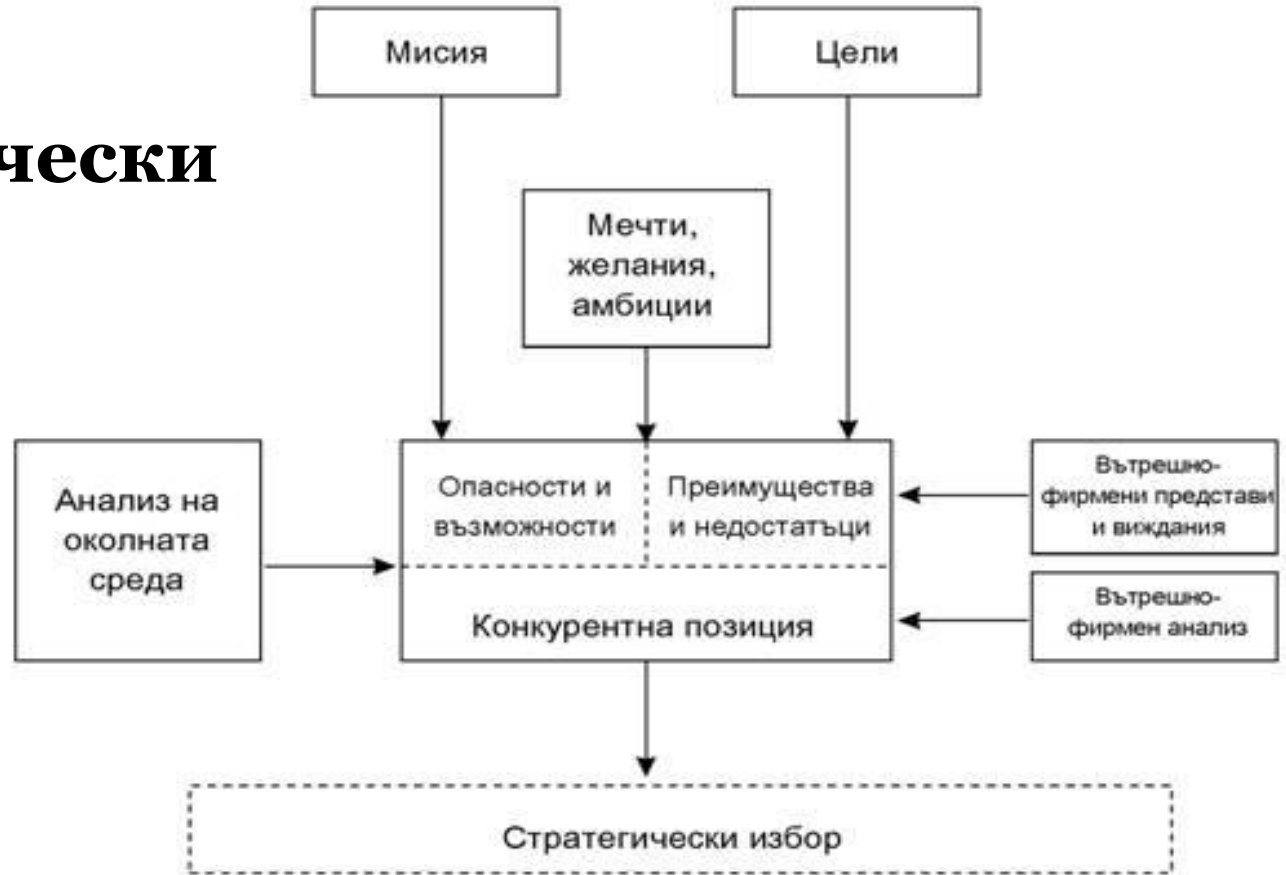


Дългосрочно планиране и стратегическо планиране





Стратегически анализ



SWOT анализ:

Метод, чрез който при формулирането на стратегията вътрешните измерения на бизнесорганизацията се съпоставят с външните дадености



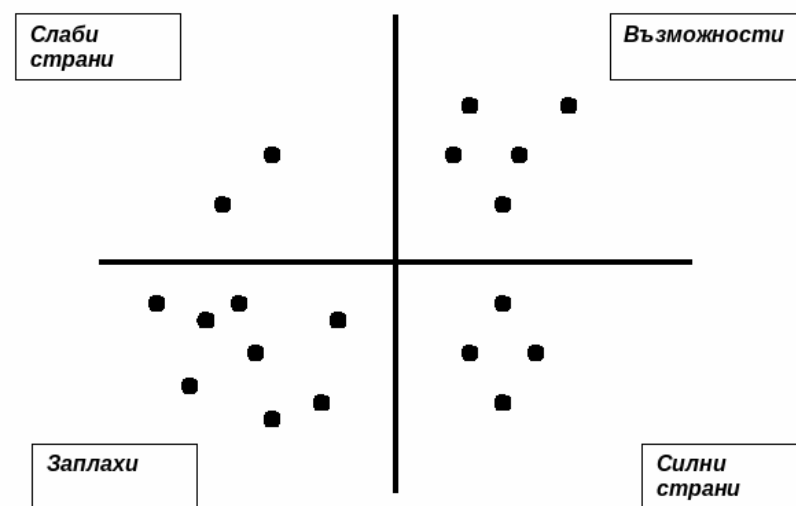
Анализ на околната среда на фирмата



Структурен анализ на микросредата на фирмата

Същността на анализа на околната среда и вътрешнофирмения анализ е изразена най-добре чрез SWOT-анализа.

Графики на *SWOT* анализ



<p>ВЪТРЕШНА СРЕДА</p>	<p>Strengths Силни страни</p>	<p>Weaknesses Слаби страни</p>
<p>ВЪНШНА СРЕДА</p>	<p>Opportunities Възможности</p>	<p>Threats Заплахи</p>

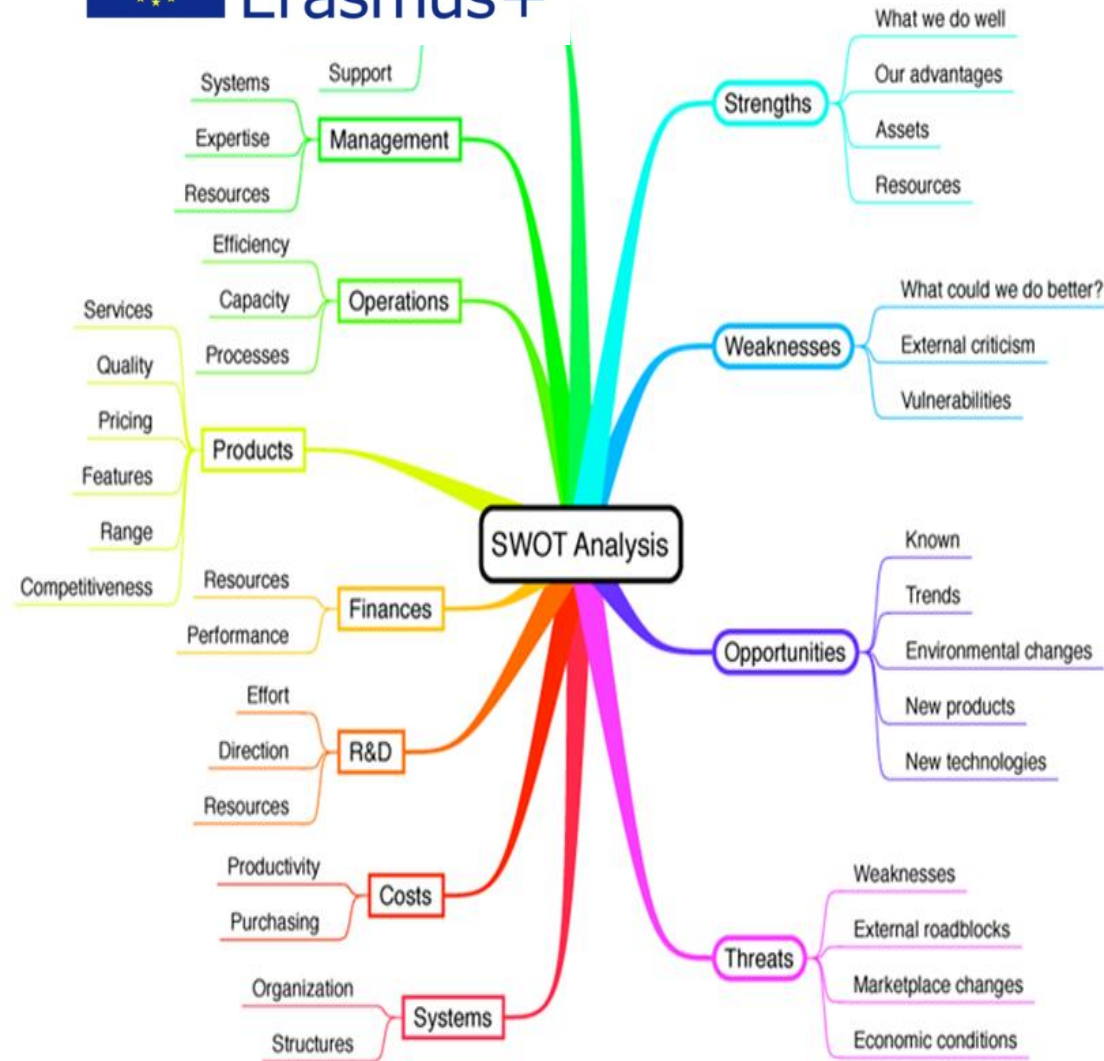


Erasmus+





Erasmus+



Не е толкова
просто за
изграждане,
колкото
изглежда на пръв
поглед –
подходите
сериозно



Цели:

- Краткосрочни
- Средносрочни
- Дългосрочни

При всяко положение трябва да следват всеобщо приетото правило:

SMART

(**S** – specific; **M** – measurable; **A** – achievable; **R** – realistic; **T** – timely)

Корпоративни стратегически цели

→ Цели на функционалните
звена

↙ Цели на екипа/на отделния
служител



Връзката мисия – бизнес цели – маркетинг - финанси



*„Най-сериозните грешки не се правят
от грешни отговори. Истински
опасното нещо е задаването на
грешни въпроси.“*

Питър Дракър