

А П С Т Р А К Т

Цел на оваа тема на семинарската работа е најпрвин низ теориски разгледувања да ја дефинира и објасни една од основните менаџерски алатки – SWOT анализата. На почетокот ќе биде разработен историјатот, првото објавување, кои значајни субјекти ја имаат употребувано. Понатаму низ теоријата детално ќе се опише и објасни. Секој од нејзините составни делови ќе биде дефиниран и објаснето ќе биде на каков начин се применува и за што служи.

Понатаму, со примери од практиката истата ќе биде аплицирана на конкретната тема на оваа семинарска работа “SWOT на македонската печатарска индустрија за настап на ЕУ пазарите со outsourcing“. Во оваа насока ќе бидат опфатени повеќето фактори кои влијаат на нашата печатарска индустрија. Анализата ќе има за цел да покаже кои се нашите шанси за настап на овие пазари, со кои проблеми се соочува индустријата, а кои се нејзините силни страни.

С О Д Р Ж И Н А

- ТОС во "1-3" ВОВЕД	-----4
-ТЕОРИСКИ РАЗГЛЕДУВАЊА	-----5
-ПРИМЕРИ ОД ПРАКТИКАТА	-----9
-ЗАКЛУЧОК	-----12
-КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА	-----13

В О В Е Д

SWOT е анализа на меѓународното окружување. За таа цел се прави анализа на меѓународното екстерно окружување и согледување на можностите и ограничувањата кои постојат во него, а потоа се утврдуваат сопствените предности и слабости на претпријатието, а врз таа основа да се согледа стратегијата која ќе води кон успех на меѓународниот бизнис. SWOT анализата се состои од два дела и тоа екстерен и интерен.

При формулирање на меѓународна стратегија, стратегиските менаџери во претпријатијата се среќаваат со комплексно и неизвесно окружување. Успешниот стратегиски менаџмент во меѓународниот бизнис започнува со анализата на меѓународното окружување. Од анализата на комплексното и неизвесно меѓународно окружување произлегуваат и алтернативните стратегии за настап на различните пазари во меѓународниот бизнис. Наједноставен начин на анализа на меѓународното окружување е примената на SWOT –анализата.

Идентификацијата и оценувањето на стратегиските можности и ограничувања во меѓународното окружување е предуслов за успешно спроведување на стратегискиот менаџмент. Јазикот, културата, политиката, ставовите, економските и други варијабли значајно се разликуваат помеѓу земјите. Мултинационалните компании се судруваат со различни политички, економски, правни и културни сегменти на окружувањето кои се разликуваат според стапката на промени. Постојат сложени односи помеѓу овие фактори. Комуникацијата во мултинационалното претпријатие може да биде многу отежната поради растојанието, културните бариери меѓу земјите и слично. Располагањето со информациите за економијата, маркетингот, исто така варира помеѓу земјите. Бројот и карактерот на регионалните организации и групи варира различно во различни земји.

ТЕОРИСКИ РАЗГЛЕДУВАЊА

Анализата SWOT е едноставна вежба за планирање на алтернативите при донесување на стратешки одлуки. За првпат била опишана во доцните 60-ти години од Edmund P. Learned, C. Roland Christiansen, Kenneth Andrews, и William D. Guth. Во 80-те години била користена од страна на советот за Развој на General Electric.

**----- ОСТАТАК ТЕКСТА НИЈЕ ПРИКАЗАН. ЦЕО РАД МОЖЕТЕ
PREUZETI NA SAJTU. -----**

www.maturskiradovi.net

МОЖЕТЕ NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com