



НОВ БЪЛГАРСКИ УНИВЕРСИТЕТ

Курсова работа

по
BAEB 301D "Основи на стопанското управление"
на тема :

АНАЛИЗ ПО МОДЕЛА 7S



Изготвил:

Проверил:

2017

ВЪВЕДЕНИЕ

Моделът на McKinsey 7S предоставя полезна рамка за оценка на това доколко служителите работят в подкрепа на изпълнението на стратегията на компанията и за анализиране на силните и слабите страни на организацията. Консултантската фирма McKinsey определя стратегията като един от седемте елемента, които са налице единствено в най-добре управляваните компании.

Компонентите на 7S модела могат да бъдат разделени на две категории: стратегията, структурата и системите могат да се разглеждат като "хардуер" на успеха, докато Стил, Персонал, Умения и Споделени ценности могат да се разглеждат като "софтуер". Фирмите, при които тези елементи са налице и са съгласувани помежду си, обикновено са по-успешни при изпълнението на своята стратегия.

Целта на курсовата работа е да се извърши анализ по модела 7S на Диел Спорт и да се оцени необходимостта от стратегическото управление на компанията. Анализът е предизвикателство, защото трябва да се оценят критични аспекти на компанията и тяхната сложна ефективност, като всички те зависят помежду си и само заедно създават организацията като функционираща единица¹.

1. ОБЕКТ НА ИЗСЛЕДВАНЕ

Фирма Диел Спорт е българска компания с 25 годишен опит. Компанията има производствена база и складови помещения. Компанията е основно ангажирана в производството на широка гама от ски и сноуборд продукти, и производство на фолия с широка употреба. 90% от общото производство на компанията е предназначено за външни пазари. Ски екипировка се произвежда за най-много за пазари като САЩ, Япония и Скандинавия, където компанията се справя успешно извън местния пазар. Приоритетите на Диел са най-високо качество на продукт, където то се осигурява от качествени суровини, строг контрол на входа и изхода и последни технологии, както и спазване на сроковете за доставка. От гледна точка на маркетинговите Диел използва предимно промоция на панаири като ISPO Мюнхен, радио реклами, ски тестове с подкрепата на телевизионни програми. В бъдеще управлението на компанията би искало да работи за задълбочаване на промоционалните дейности и подкрепа на спортистите, където да се дава приоритет на младите таланти.

Що се отнася до производството на ски, то има сезонен характер. Основният сезон на производство е от април до август, където нови линии се произвеждат за

¹ Mckinsey.com, (2014). *Enduring Ideas: The 7-S Framework*. [online] Available at: http://www.mckinsey.com/insights/strategy/enduring_ideas_the_7-s_framework