



Metody diagnozowania mikrootoczenia (2)

Analiza luk strategicznych

2 - Analiza luk strategicznych

Analiza komparatywna, badająca tempo rozwoju firmy wobec trendów rozwoju sektora.

Luka strategiczna rozumiana jest jako odstępstwo rozwoju badanej firmy od trendów występujących na rynku. W praktyce mamy do czynienia z trzema rodzajami luk:

- luka nadmiaru
- luka niedoboru
- luka zgodności

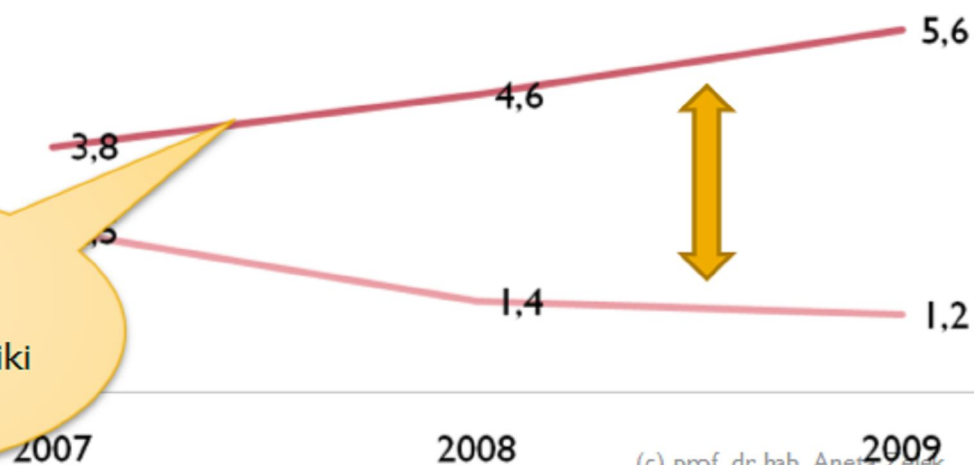
Luka strategiczna – wykonanie analizy

	2007	2008
dynamika sprzedaży badanej firmy (w%)	3,8	4,6
dynamika sprzedaży w skali rynku (w %)	2,5	1,4

Zgromadź dane dot. tempa wzrostu sprzedaży w skali rynku i w badanej firmie

Luka strategiczna

- dynamika sprzedaży badanej firmy (w%)
- dynamika sprzedaży w skali rynku (w %)



WYKONAJ ZADANIE!



Przeprowadź analizę luki strategicznej (użyj arkusza excel – po wprowadzeniu danych oszacuj dynamiki i wykreśl trendy). Na podstawie wykresu ustal z jakim rodzajem luki strategicznej masz do czynienia.