

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/nauchno-issledovatelskaya-rabota/146551>

Тип работы: Научно-исследовательская работа

Предмет: Стратегический менеджмент

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ 3

1. Теоретические основы целеполагания современного предприятия 5

1.1. Миссия фирмы 5

1.2. Цели фирмы 6

1.3. Виды целей 8

2. Анализ проблем целеполагания в стратегическом управлении современной компании 14

Заключение 20

Список использованной литературы 22

ПРИЛОЖЕНИЕ 27

ВВЕДЕНИЕ

Современные условия бизнеса определяют особую активность предприятий и организаций, вызванную необходимостью постоянно работать над своей конкурентоспособностью. Считается, что развитие невозможно без целеполагания, определения перспективных показателей, к которым нужно стремиться и достигать, используя имеющиеся ресурсы или привлеченные извне.

В то же время, не каждая компания понимает и умеет правильно определять миссию и свои цели, формулировать их, облекать в нужную для понимания и адаптированную для бизнес-процессов форму.

В действительности целеполагание – это чрезвычайно важный для любой организации процесс, определяющий вектор ее развития, движения к поставленным целям, направленный на воплощение миссии. Важно отметить, что в целеполагании участвует практически весь персонал предприятия, определяя и достигая цели на своем участке работы. Сбой в целеполагании хотя бы в одном звене накладывает свой отпечаток на общую систему целеполагания и непременно отражается на эффективности деятельности компании.

Данное обстоятельство обосновывает актуальность темы научного исследования «Определение миссий и целей стратегического управления».

Целью научно-исследовательской работы является выявление особенностей формулирования миссии и целей стратегического управления современной организации.

Для реализации этой цели необходимо решить следующие задачи:

- определить понятие «цели предприятия» с позиции классической модели,
- определить особенности формулирования миссии,
- выявить сущность и виды альтернативных целей фирмы,
- определить технологию целеполагания как элемент эффективного управления,
- выявить проблемы целеполагания.

Предмет исследования – миссия и цели организации.

Объект исследования – миссия и цели организаций.

Степень научной разработанности. Вопрос исследования целей деятельности предприятия посвящены работы многих ученых, так как практически разработки по совершенствованию той или иной области деятельности основываются именно на изучении целеполагания, анализе корректности поставленных целей и их достижимости. Именно поэтому степень изученности данной темы достаточно высокая, что отражается в большом количестве научных трудов, посвященных ее изучению.

Теоретическую основу исследования составляют научные труды таких авторов, как Аганбегян А.Г., Алексунин А.К., Барышева А.В., Виноградов А.С., Мазилкина Е.И., М.Х. Мескона, Паничкина Г.Г., Спирина

1. Теоретические основы целеполагания современного предприятия

1.1. Миссия фирмы

Если рассматривать миссию компании в самом широком значении, то её можно определить как смысл существования бизнеса. Миссия содержит в себе основополагающую цель организации и играет самую значительную роль в стратегическом управлении. Формулируя миссию, вы в первую очередь описываете ценности компании, с помощью которых вы и сможете достичь своей главной цели. Часто в бизнес-статьях можно встретить понятие «политика компании». По сути, это и есть миссия.

Прежде всего, с помощью ясно сформулированной миссии сотрудникам компании будет гораздо проще сплотиться для достижения общих целей. Да и процесс привлечения в компанию самых подходящих для нее специалистов значительно облегчиться. Однажды один бизнесмен, отвечая на вопрос «Как вы смогли собрать команду таких талантливых специалистов?», сказал, что после четкой постановки миссии вопрос подбора персонала перестал быть проблемой. В компанию стали сами приходить специалисты, которые по своим ценностям соответствовали миссии компании.

С помощью миссии также гораздо проще происходит процесс PR, как внутреннего, так и внешнего. И наконец, отсутствие миссии может привести к нарушению целостности корпоративной культуры в компании.

Существует неформальная регламентация написания миссии компании. Первое, и самое основное – это легкое восприятие и понимание миссии как сотрудниками компании, так и другими людьми. Если сами сотрудники не будут правильно понимать, какие задачи имеет компания и куда она движется, то очевидно, что они не смогут принять полного участия в достижении целей.

Миссия всегда должна быть актуальной для компании. Она отражает то, чем фирма занимается в данный период, и то, чем она будет заниматься дальше. Если случается так, что компания несколько меняет вектор своей деятельности, то миссия обязательно должна быть переписана под новые условия. Иначе она просто теряет свой смысл и актуальность.

Следующее требование к написанию миссии касается её объема. Здесь никаких общепринятых норм не существует. Объем миссии может быть как в одно предложение, так и в несколько страниц. Однако, в такие крайности ударяться не стоит. Отразить миссию в полной мере, написав всего одно предложение, вряд ли получится. А миссия длиной в пару страниц текста будет недостаточно качественно восприниматься теми, кто её прочитает. Поэтому идеальный объем миссии компании – это несколько предложений, максимум – один небольшой абзац.

1.2. Цели фирмы

В научном мире представлено множество трактовок понятия «цель», большинство из которых все-таки определяют ее как представление конечного результата определенного процесса выраженного в показателях, достижениях и т.п.

С позиции системного подхода цель – это желаемой или предполагаемой состояние объекта управления в результате каких-либо действия субъекта¹. Соответственно здесь выражается четкая взаимосвязь основных участников процесса управления: субъекта и объекта, которую можно отобразить в виде схемы (рис.1.1.):

Список использованной литературы

а.и.1. Гравшина И. Н. Конкурентная стратегия в системе управления конкурентоспособностью предприятия [Текст] / И. Н. Гравшина // Молодой ученый. — 2013. — №6. — С. 296-298.

Аннотация: в данной статье автор дает определение конкурентной стратегии и ее способности к повышению конкурентоспособности компании, выделяет особенности разных конкурентных стратегий.

а.и.2. Егорова Ю.А. Роль целеполагания в системе управления // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2010. – № 9. – С. 91-92

Аннотация: в данной статье автор определяет значимость формирования целей развития предприятия в конкретной конкурентной среде и обозначает алгоритм разработки целей, дерева целей и способов их

достижения.

а.і.3. Ильенков Д.А. Управление по целям: преимущества и недостатки // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2015. № 2 [Электронный ресурс]. URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2015/02/7151> (дата обращения: 19.11.2016).

Аннотация: автор описывает преимущества и недостатки процесса управления по целям, определяет особенности формирования миссии, видения и целей, описывает этапность процесса управления по целям и достижения результативности бизнес-процессов.

а.і.4. Когда цели собственника бизнеса и персонала совпадают // http://dvkapital.ru/partner/dfo_23.08.2011_32_kogda-tseli-sobstvennika-biznesa-i-personala-sovpadajut.html

Аннотация: в данной статье автор определяет важность достижения соответствия целей работника и компании, что обеспечивает высокую эффективность взаимодействия обоих субъектов и способов достижения бизнес-эффективности.

а.і.5. Климова Т.В., В. К., Лебедева Е. А. Совершенствование управления персоналом с применением методов управления по целям // Экономика и современный менеджмент: теория и практика: сб. ст. по матер. XLV междунар. науч.-практ. конф. № 1(45). – Новосибирск: СибАК, 2015.

Аннотация: авторы статьи раскрывают особенности управления персоналом для достижения целей современной компании, методы повышения эффективности персонала, интеграции сотрудников в процесс целеполагания и целедостижения.

а.і.6. Климович, Л.К. Основы менеджмента: учебник / Л.К. Климович. - 2-е изд., стер. - Минск: РИПО, 2015.

Аннотация: в данной работе автор раскрывает сущность понятия, целей, задач и функций менеджмента, взаимосвязи бизнес-процессов и роли целеполагания в достижении результативности работы сотрудников и компании.

а.і.7. Котлер Ф. Маркетинг по Котлеру: как создать, завоевать и удержать рынок./Ф. Котлер, Пер с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2017

Аннотация: в данной работе автор раскрывает сущность понятия, целей, миссия, видение, стратегия, задач и функций менеджмента, взаимосвязи бизнес-процессов и роли целеполагания в достижении результативности работы сотрудников и компании. Определяет виды стратегий и методов управления компанией.

а.і.8. Кравченко В.А., Никифорова В. Г. Оценка влияния организационной культуры на эффективность и конкурентоспособность предприятия // БИ . 2012. №10. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-vliyaniya-organizatsionnoy-kultury-na-effektivnost-i-konkurentosposobnost-predpriyatiya> (дата обращения: 02.12.2020).

Аннотация: в данной работе автор определяет роль целеполагания и разработки миссии и видения в формировании организационной культуры, а также в повышении конкурентоспособности современного предприятия.

а.і.9. Мескон М.Х. Основы менеджмента. /ИНФРА-М, 2018.

Аннотация: в данной работе автор раскрывает сущность понятия миссия, видение, стратегия, целей, задач и функций менеджмента, взаимосвязи бизнес-процессов и роли целеполагания в достижении результативности работы сотрудников и компании. Определяет виды стратегий и методов управления компанией, показатели эффективности.

а.і.10. Никитин А.И., Скачков Р.А. Формирование стратегического целеполагания предприятий региона // Фундаментальные исследования. – 2011. – № 12-1. – С. 218-220

Аннотация: автор определяет, что стратегическое управление предприятиями региона невозможно без целеполагания и его соответствия целям регионального развития.

а.і.11. Одинцова М.А. Целеполагание как одна из проблем стратегического менеджмента //Экономический журнал – 2016 - №41 – С.4

Аннотация: в данной статье автор определяет целеполагание как одну из важнейших проблем стратегического менеджмента, для решения которой компании необходимо определить стратегические ориентиры и показатели развития, средства и методы их достижения.

а.і.12. Пригожин А.И. Качество целей.//Общественные науки и современность, 2010, № 1, с. 114-125

Аннотация: в данной статье автор определяет понятие целей и обозначает сущность категории «качество целей» как способность компании достигать определенных показателей в их достижении.

а.і.13. Селюков М.В. К вопросу о теории и практике целевого менеджмента // Фундаментальные исследования. – 2011. – № 12-3. – С. 657-661

Аннотация: в данной статье автор определяет необходимость целевого менеджмента, его сущность, виды постановки целей и алгоритма мотивации для их достижения.

а.і.14. Селюков М.В. Процесс постановки целей в системе менеджмента организации // Современные проблемы науки и образования. – 2011. – № 3.;URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=4700> (дата обращения: 24.10.2016).

Аннотация: автор обозначает, что процесс постановки целей важен и даже необходим для развития компании, к его планированию нужно подходить особенно тщательно, учитывать факторы влияния, ориентированность на миссию и цели, задачи, функции, особенности стратегического планирования.

а.і.15. Скамай Л.Г., Трубочкина М.И. Экономический анализ деятельности предприятий / Л.Г. Скамай, М.И. Трубочкина. - М.: ИНФРА-М, 2005.

Аннотация: В данном исследовании авторы обосновывают необходимость проведения экономического анализа деятельности предприятия, определяют его сущность, задачи, методы проведения, показатели эффективности.

а.і.16. Слинкова О.К., Скачков Р.А Анализ научных подходов к целеполаганию и его роль в процессе управления // Известия УрГЭУ. – 2015. – №3. – С.65-69

Аннотация: в данной статье авторы представляют разные подходы к процессу целеполагания в рамках разных компаний, их роли в процессе управления.

а.і.17. Смирнов О. Технология целеполагания по Гоголю // Электронный источник: <http://www.improvement.ru/bibliot/gogol/gogol01.shtm>

Аннотация: автор обосновывает необходимость целеполагания в рамках достижения миссии и видения предприятия, обозначает особенности данного процесса в условиях динамичности окружающей среды и конкуренции.

а.і.18. Спирина А. М. Характеристика теоретических подходов к стратегическому планированию на предприятии / А. М. Спирина // Молодой ученый. - 2012. - №1. Т.1. - С. 144

Аннотация: автор исследует разные подходы к стратегическому планированию, обозначает понятие стратегия, тактика и методы повышения конкурентоспособности в условиях развития окружающей среды. Также авторы представляют анализ методов формирования стратегии.

а.і.19. Черняк В.И. Развитие целевого подхода к управлению в органистической концепции менеджмента // GISAP: Economics, Jurisprudence and Management. - International Academy of Science and Higher Education London, United Kingdom, №1 May 2013. – С. 69-734

Аннотация: автор раскрывает сущность целевого подхода к управлению определенным типом организации – органистической и обосновывает необходимость применения современных концепций менеджмента в управлении развитием организацией.

а.і.20. Черняк В.И. Системные основы органистических принципов управления (менеджмента) //Материалы XXVIIмеждународной научно-практической конференции «Экономико-правовые и управленческие методики преодоления социальных кризисов», Лондон, 28 июня–06 июля 2012.- С. 152-155

Аннотация: автор данного исследования формирует системные основы органистических принципов управления в современном менеджменте. Помимо раскрытия сложных аспектов системного анализа компании автор характеризует методы разработки миссии и целей, видения и функций организационного развития.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/nauchno-issledovatel'skaya-rabota/146551>