

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/magisterskaya-rabota/239058>

Тип работы: Магистерская работа

Предмет: Стратегический менеджмент

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

1 Теоретические аспекты формирования фирмы как способ совершенствования стратегического менеджмента предприятия 6

1.1 Сущность и система стратегического менеджмента 6

1.2 Классификация целей организации 18

1.3 Значимость и особенности формирования целей фирмы 22

2 Анализ процесса формирования целей фирмы на предприятии ООО «Евросервис» 29

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия ООО «Евросервис» 29

2.2 Особенности формирования целей фирмы на предприятии ООО «Евросервис» 39

3 Рекомендуемые мероприятия по совершенствованию формирования целей фирмы на предприятии ООО «Евросервис» 56

3.1 Мероприятия по совершенствованию формирования целей фирмы на предприятии ООО «Евросервис» 56

3.2 Социально-экономическая характеристика рекомендуемых мероприятий 63

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 79

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 81

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Как следует из определения организаций, цели занимают особое место среди всех компонентов их внутренней структуры, поскольку для их достижения осуществляется вся деятельность организации. Организация, которая не имеет цели, бессмысленна и не может существовать в течение длительного времени. В то же время цели являются одним из самых спорных моментов в понимании организации. Некоторые ученые считают, что цели необходимы при анализе поведения организации, в то время как другие, наоборот, пытаются принизить их важность. Таким образом, бихевиористы считают, что только у людей может быть цель, а у группы и коллективов ее нет. Как следует из определения организаций, цели занимают особое место среди всех компонентов их внутренней структуры, поскольку все действия организации осуществляются для их достижения. Организация, которая не имеет цели, бессмысленна и не может существовать в течение длительного времени. В то же время цели являются одним из самых спорных моментов в понимании организации. Некоторые ученые считают, что цели необходимы при анализе поведения организации, в то время как другие, наоборот, пытаются принизить их важность.

Наличие целей очень важно для успеха организации. Они обеспечивают ориентацию на действия, объединяют людей, создают возможность для эффективной работы организации. Цели выполняют ряд полезных и практических функций и помогают управлять организацией и понимать, почему существует организация, почему люди действуют в ней так, а не иначе. Цели оправдывают существование и легитимность организации как для людей, работающих в ней, так и для общества. С помощью целей люди определяют, подходит ли им организация или нет. Отсутствие сотрудников на обанкротившемся предприятии приводит к ликвидации этого предприятия. Цели часто помогают компании избежать закрытия или ликвидации в условиях быстро меняющегося общественного мнения (например, компании, загрязняющие окружающую среду). Цели определяют тип организации для ее членов, тем самым заставляя их брать на себя соответствующие обязательства. Таким образом, работа в угольной шахте подвергает жизнь человека определенному риску. Цели - это главный мотиватор, направляющий поведение людей и удовлетворяющий их потребности. Таким образом, выход компании на лидирующие позиции в отрасли удовлетворяет как материальные (максимальная прибыль), так и моральные потребности (гордость за организацию) сотрудников. Цели уменьшают неопределенность, объясняя людям, что организация

преследует в своей деятельности. Стремясь обойти конкурентов, организация устраняет неопределенность в своей организационной миссии, а ее члены получают четкое представление о том, за какие действия они будут вознаграждены. Цели помогают организации распознавать окружающую действительность и адаптироваться. В соответствии с целями вы можете ориентироваться в движении, сравнивать себя с другими, определять соответствие требованиям. Цели - это стандарт для оценки работы членов организации. Выполнение плана на высоком уровне качества обычно связано с получением вознаграждения.

В условиях экономической неопределенности, вызванной политическими, экономическими, социальными проблемами, усугубляемыми новыми «волнами» пандемии, когда большинство предприятий в качестве основного стратегического направления выбирает стратегию выживания, особенно важно для выбора целевых ориентиров использовать подход, основанный на знаниях и аккумулирующий отдачу трудозатрат, активизацию конкурентного потенциала, удержание рыночной позиции. Все это свидетельствует о необходимости научного обоснования механизма стратегического целеполагания.

Среди зарубежных авторов, исследующих в рамках стратегического управления проблему выбора стратегических ориентиров и постановки целей можно выделить И. Ансоффа, Ф. Котлера, М.Х. Мескона, А. Стрикленда, А.Дж. Томпсона и других. Из отечественных ученых можно выделить труды Н.И. Алексеевой, Р.А. Караева, А.А. Лебедевой, А.Л. Носова, О.М. Писаревой, З.Е. Шершневой и пр.

Цель исследования – изучить и проанализировать формирование целей фирмы как способ совершенствования стратегического менеджмента предприятия.

Задачи исследования:

- 1) изучить теоретические аспекты формирования фирмы как способ совершенствования стратегического менеджмента предприятия;
- 2) выполнить анализ процесса формирования целей фирмы на предприятии ООО «Евросервис»;
- 3) предложить мероприятия по совершенствованию формирования целей фирмы на предприятии ООО "Евросервис".

Объект исследования – ООО "Евросервис".

Предмет исследования – формирование целей фирмы как способ совершенствования стратегического менеджмента предприятия.

Методы исследования: изучение специализированной литературы, анализ и сравнение.

Работа по структуре состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованной литературы.

1 Теоретические аспекты формирования фирмы как способ совершенствования стратегического менеджмента предприятия

1.1 Сущность и система стратегического менеджмента

Стратегическое управление выступает в качестве самой современной модификации корпоративного планирования. В соответствии с имеющимися данными, от 200 до 500 крупных современных американских компаний использует систему стратегического менеджмента целиком, большая часть которых применяет ее составляющие элементы .

Вот основные определения выдающихся авторов теории стратегического управления. У, Шендель и Томпсон рассматривали стратегическое управление как процесс выявления и установления связи организации с окружающей средой, который заключается в достижении поставленных целей и попытке достичь желаемого результата взаимодействия с окружающей средой путем распределения ресурсов, а также как самой компании, так и ее структурных структур Обеспечить отделам эффективное и эффективное функционирование.

Стратегическое управление рассматривалось Хиггенсом и Ансоффом как процесс управления реализацией организационной миссии через систему управления взаимодействием компании со своим окружением.

Стратегическое управление Пирсом, Боуменом и Робинсоном характеризуется как набор решений и действий, направленных на разработку и реализацию стратегий для достижения организационной цели. Экономическая литература содержит множество определений стратегического управления, в которых основное внимание уделяется характеристикам стратегического управления и его отличиям от типичного

управления. Из вышесказанного следует, что стратегическое управление - это управление организацией, которая:

- внедряет гибкие нормативные и операционные изменения в организации, которые соответствуют внешней среде и обеспечивают конкурентные преимущества;
- ориентирует производство на потребности потребителей;
- исходя из человеческого потенциала как организационной базы.

Суть стратегического управления заключается в следующих аспектах:

- определение позиции организации сегодня;
- определение позиции организации в будущем через три, пять и десять лет, которую она хочет занять;
- определение пути достижения намеченной позиции.

Чтобы определить текущую позицию организации, руководство должно хорошо знать текущую позицию, которую оно занимает, прежде чем принимать решение о дальнейших действиях. Для этого требуется информационная база, которая обеспечивает принятие стратегических решений с определенной информацией, чтобы иметь возможность оценивать прошлую, настоящую и будущую ситуацию.

Чтобы определить позицию организации в будущем через три, пять и десять лет, которую она хочет занять, важность стратегического управления заключается в том, чтобы ориентироваться на будущее. То есть необходимо четко определить цель и предмет стремления. Чтобы определить путь к достижению намеченной позиции, стратегическое управление используется для реализации выбранной стратегии, в которой могут быть скорректированы два предыдущих этапа. На этом этапе наиболее важные компоненты и ограничения включают существующие и доступные ресурсы, систему управления, структуру организации и персонал, реализующий эту стратегию. Основой стратегического управления являются стратегические решения, которые являются управленческими решениями:

- ориентированный на будущее и основа для принятия оперативных решений в области управления;
- связаны со значительной неопределенностью, поскольку учитываются неконтролируемые факторы окружающей среды, влияющие на организацию;
- связаны с использованием значительных ресурсов и способны иметь очень длительные серьезные последствия для организации.

Стратегические решения включают:

- организационная перестройка;
- использование новых технологий и услуг;
- Изменения в организации в виде изменений в ее организационно-правовой форме, структуре управления и производства, использования новых форм организации труда и его оплаты, а также взаимодействия с покупателями и поставщиками; - выход на новые рынки сбыта;
- Приобретение организаций и их слияние и т. д.

Стратегическое управление основано на принятии управленческих решений, направленных на учет специфики внешней среды, достижение конкурентоспособности организации на рынке и достижение успехов в борьбе с конкурентами. Создание большого количества стратегических альтернатив в этом аспекте является сложной задачей, характерной для российского управления. Таким образом, менеджеры могут осознать необходимость разработки стратегии при условии сохранения производственных правил и внутренней ориентации на управление. Это противоречие в развитии управления характерно для переходной экономики, обусловленной одновременным протеканием процессов в направлении перехода к рынку, развитием стратегического управления и изменением психологических установок. На практике руководство многих организаций с большим успехом работает на основе интуиции, заменяя формальное планирование.

Однако исследования, проведенные Хендерсоном, показывают, что такая стратегия не увенчалась успехом с расширением масштабов организации. расширение аппарата управления; значительное изменение внешней среды. Увеличение бизнес-рисков помогает руководству ориентироваться на стратегическое управление как средство поддержания конкурентоспособности компании в динамично меняющейся внешней среде. Поэтому следует подчеркнуть, что эффективность функционирования системы стратегического управления выражается в следующем:

- система обеспечивает систематический и всесторонний взгляд на саму организацию и ее внешнюю среду;
- система упрощает принятие стратегических решений на основе специальных методов и подходов к сбору и обработке информации;
- система обеспечивает процесс горизонтальной и вертикальной координации и связи;
- система помогает бороться с изменениями и их реализацией;

- система позволяет предвидеть тенденции в развитии предпринимательской деятельности;
- система помогает в стратегическом выборе и его реализации .

Система общего управления организацией перекликается с системой стратегического управления, но имеет свои отличия, которые отражаются в составе своих компонентов и временном диапазоне. Прежде всего, следует начать с определения: По мнению И. Ансоффа, стратегический менеджмент это – комплекс стратегических управленческих решений, определяющих долговременное развитие организации, и конкретных действий, обеспечивающих быстрое реагирование организации на изменение внешних факторов, которое может повлечь за собой необходимость стратегического маневра, пересмотр целей и корректировку общего направления развития. Каждая организация, пользующаяся системой стратегического менеджмента, опирается на три основных вопроса, которые в общей мере характеризуют данную систему (рис. 1) .

Рисунок 1 - Сущность стратегического менеджмента

Первым этапом в создании стратегической системы следует ответить на первый вопрос. Что бы это было грамотно нужно хорошо понимать ситуацию, в которой компания находится на данный момент. А для этого необходима информационная основа, которая обеспечит процесс принятия стратегических решений. Второй вопрос показывает ориентацию на будущее компании, которая является одной из важнейших сторон стратегического менеджмента. Для ответа на него необходимо четко определить, к чему стремиться, какие цели ставить.

В третьем вопросе непосредственно отражена реализация выбранной стратегии, процессе, которой происходит исправление двух предшествующих этапов . Важнейшими составляющими или ограничениями данного этапа являются имеющиеся или доступные ресурсы, система управления, организационная структура и персонал, который будет реализовывать выбранную стратегию. Так же следует отметить, что в стратегическом менеджменте заменяются основные функции управления на:

- стратегический маркетинг;
- разработку стратегии компании.

Для более упрощенной организации стратегического управления компании созданы множество моделей, наибольшее распространение получили модели Ф. Дэвида, Д. Томпсона, К. Эндрюса, Р. Линча и др. Но этого недостаточно, так же следует грамотно использовать инструменты стратегического управления. Используя данные инструменты, компания сможет более эффективно строить систему стратегического менеджмента.

Таблица - Этапы стратегического управления

Этап Пояснение

Анализ среды Является начальным процессом в стратегическом управлении. Его разделяют на анализ внешней и внутренней среды

Определение миссии и целей организации Включает такие подпроцессы как: формулирование миссии организации, которая в конкретной форме выражает смысл ее существования, определение долгосрочных целей, определение среднесрочных целей.

Формирование и выбор стратегии Подразумевает создание

альтернативного развития организации, оценку и выбор лучшего направления стратегии

Реализация стратегии осуществляется через разработку программ, бюджетов и процедур, которые можно рассматривать как среднесрочные и краткосрочные планы реализации стратегии.

Оценка и контроль выполнения стратегии Происходит анализ и корректировка предыдущих этапов.

Любая компания, имеющая или которая отела бы иметь систему стратегического менеджмента проходит пять основных этапа его создания. Основные этапы стратегического управления описаны в таблице. Таким образом, для создания системы стратегического менеджмента компания должна использовать различные инструменты создания стратегии. Любая компания отвечает на три главных вопроса сущности стратегического менеджмента, после чего приступает к его созданию. Роль стратегического менеджмента состоит в формировании и реализации стратегии развития организации на основе непрерывного контроля и оценки происходящих изменений в ее деятельности с целью поддержания способности к выживанию и эффективному функционированию в условиях нестабильной внешней среды.

Стратегическое управление включает в себя пять задач:

- 1) разработка стратегического видения и определение миссии организации;
- 2) установите стратегические цели и задачи для их достижения;
- 3) стратегическое планирование;
- 4) реализация стратегии;
- 5) оценка результатов, изменение стратегического плана или методов реализации.

Все пять задач должны быть решены комплексно. Стратегическое управление - организация, которая опирается на человеческий потенциал как основу организации, ориентирует производство на потребности потребителей, осуществляет гибкое регулирование и своевременные изменения в организации, которые отвечают вызовам окружающей среды и достигают конкурентных преимуществ, в результате чего организация в совокупности позволяет выжить и достичь своей цели в долгосрочной перспективе. Основная цель стратегического управления - развивать потенциал и поддерживать стратегическую способность компании выживать и эффективно функционировать в нестабильной внешней среде. Реализация стратегических управленческих задач осуществляется путем разработки и принятия стратегических решений.

Стратегические решения должны включать решения, которые касаются основных аспектов деятельности компании, ориентированы на будущее и принимаются в условиях неопределенности. Существует три группы объектов стратегического управления, соответствующих трем структурным уровням компании:

1. Компания в целом (группа компаний, группа, независимый завод или завод).
2. Область стратегического управления (бизнес), то есть набор сегментов товарного рынка и видов деятельности предприятия, предназначенных для самостоятельной производственной, технологической, торговой и региональной политики. Распределение стратегических бизнес-единиц основано на концепции сегментации рынка.
3. Функциональная область или подразделение - структурные подразделения компании, которые сосредоточены на выполнении определенных функций и обеспечении успешной работы стратегических бизнес-подразделений и всей компании (исследования и разработки, производство, маркетинг, финансы и т. Д.). Существует несколько видов стратегического управления:
 - управление, основанное на решении стратегических задач;
 - управление слабыми сигналами;
 - управление в условиях стратегических неожиданностей.

Управление по ранжированию стратегических задач фокусируется на тактическом выживании, основанном на сохранении позиций компании в основных сферах деятельности. Управление, основанное на решении стратегических задач, применяется, когда возможные события полностью или частично предсказуемы, но невозможно или нецелесообразно изменять общий способ поведения компании, чтобы реагировать на них. Решение стратегических задач дает организации возможность своевременно предотвратить возникновение неблагоприятной ситуации, значительно смягчить ее негативные последствия или с максимальной пользой для себя использовать открывающиеся возможности. Управление слабыми сигналами. Очевидные и конкретные проблемы, выявленные в результате наблюдения, называются сильными сигналами. Другие проблемы, известные по ранним и неточным признакам, - это слабые сигналы. Чем сильнее сигнал, тем меньше у компании времени на ответ. При сильном сигнале компания может действовать решительно, например, прекратить дальнейшее наращивание мощностей и переориентироваться, чтобы использовать их для других целей. Реакция на слабый сигнал может растягиваться с течением времени и усиливаться по мере увеличения сигнала. Управление в условиях стратегических неожиданностей. Система немедленных действий при стратегических неожиданностях используется в внезапно возникших чрезвычайных ситуациях, когда ставятся новые задачи, которые не соответствуют прошлому опыту, и отсутствие решений приводит к большому ущербу.

Рассмотренные виды стратегического управления не заменяют друг друга. Каждый из них используется в определенных условиях, в зависимости от степени нестабильности внешней среды. Готовность компании к развертыванию адекватной стратегической системы управления определяется в первую очередь кадровыми ресурсами и ресурсами организационной структуры управления. Эффективность управления в условиях стратегических неожиданностей зависит от понимания сути происходящего, правильной оценки ситуации и способности руководства своевременно распознать надвигающуюся опасность. Суть стратегического управления заключается в формировании и реализации стратегии развития организации, основанной на постоянном мониторинге и оценке текущих изменений в ее деятельности, для поддержания способности выживать и эффективно функционировать в нестабильной внешней среде. В большинстве

случаев под стратегией понимается долгосрочное планирование руководства для достижения долгосрочных целей организации. Также для понятия «стратегия» можно дать следующие определения :

- определенная программа действий, осуществляемых руководством для успешного функционирования организации; обобщенная модель долгосрочной организации действий, необходимых для достижения поставленных целей;;
- это поиск соответствия между внутренними возможностями предприятия и внешней средой;
- это результат анализа сильных и слабых сторон организации, а также определения возможностей и препятствий для ее развития;
- это заранее спланированная реакция организации на изменения во внешней среде. Возможные определения стратегии можно резюмировать следующим образом: стратегия - это комплексный план развития организации, который обеспечивает реализацию миссии и достижение стратегических целей организации.

Стратегия основана на стратегических целях и предусматривает основные методы их достижения таким образом, чтобы организация получала единое направление действий. Стратегия также определяет границы возможных действий организации и принимаемых административных решений в зависимости от конкретных условий производственно-хозяйственной деятельности. Разрабатываются стратегии для:

- эффективно формулировать условия для реализации бизнеса компании;

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абрамов В.С. Стратегический менеджмент: учебник и практикум для вузов / В.С. Абрамов, С.В. Абрамов; под ред. В.С. Абрамова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2021. – 444 с.
2. Алексеева, Н.И. Стратегическое планирование экономического поведения предприятия: теория и методология : монография / Н.И. Алексеева. – Донецк : Издательство ООО «Фолиант», 2018. – 372 с
3. Алексеев С.Б. Выбор стратегических целей формирования кадрового потенциала торгового предприятия / С.Б. Алексеев, А.Ю. Дещенко // Научный вестник ГОУ ЛНР «Лугаский национальный аграрный университет». – 2019. – № 5. – С. 536-543.
4. Арутюнян Л.А. Особенности развития продаж с применением программ лояльности / Л.А. Арутюнян, Г.М. Захарова // Маркетинговые коммуникации. - 2021. - № 2. - С. 148-160.
5. Ахметова В.Н., Барабанщикова Е.А., Аверина Ю.М. Контроллинг на малых инновационных предприятиях//Успехи в химии и химической технологии. 2017. Т. 31. № 15 (196). С. 76-77.
6. Белых Д.А., Шагова Д.О., Касьянов В.К., Аверина Ю.М. Большие данные, как инструмент повышения эффективности деятельности предприятия // В сборнике: Фундаментальные и прикладные разработки в области технических и физико-математических наук. Сборник научных статей итогового международного круглого стола. 2018. С. 92-94
7. Богач Е.А. Практические примеры внедрения программы лояльности / Е.А. Богач // Управление продажами. - 2021. - № 4. - С. 316-320.
8. Дроздов И.А., Ким Ю.Л. Определение концепции формирования стратегического планирования. Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. 2016. № 7
9. Дуканич Л.В. Количественная оценка и выбор программ повышения лояльности покупателей торговых сетей с помощью метода анализа иерархий / Дуканич Л.В., Олейник Д.К. // Директор по маркетингу и сбыту. - 2021. - № 4. - С. 24-29
10. Дышловой И.Н. Влияние стратегического менеджмента на систему управления организацией / И.Н. Дышловой, М.В. Рединская // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики. – 2020. – С. 29–30.
11. Жилина А.А., Кострова В.Н., Преображенский Ю.П. Разработка методики постановки задачи выбора управленческого решения на основе оптимизационного подхода // Моделирование, оптимизация и информационные технологии. 2018. Т. 6. № 1 (20). С. 243-253
12. Казанцева С.Ю. Создание дополнительных ценностей для потребителя в изменяющихся условиях // В сборнике: Проблемы развития национальной экономики в условиях глобальных инновационных преобразований. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Сборник научных трудов. Под редакцией Ж.Н. Казиевой. Махачкала, 2021. С. 190-192
13. Каптизянов А.И., Ким Л.Г. Политика развития бизнес планирования // Гуманитарные и естественные науки 2016: сб. науч. статей / Российский университет кооперации Ижевский филиал. НИЦ Аэтерна. Уфа, 2016. С. 34-41.
14. Караев, Р.А. Когнитивный анализ и выбор стратегических целей предприятия / Р.А. Караев // Бизнес-

информатика. – 2019. – Т. 13, № 4. – С. 28-38.

15. Касьянов В.К., Вафина А.И., Аверина Ю.М., Ветрова О.Б. Методы оценки стоимости объектов интеллектуальной собственности // Успехи в химии и химической технологии. 2017. Т. 31. № 15 (196). С. 35-36.
16. Кострова В. Н. Применение стратегического менеджмента для роста эффективности работы организаций / В. Н. Кострова // Кластерные инициативы в формировании прогрессивной структуры национальной экономики и финансов : Сборник научных трудов 7-й Всероссийской научно-практической конференции, Курск, 13-14 мая 2021 года. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2021. – С. 150-153.
17. Лебедева А.А. Бизнес-планирование как инструмент достижения стратегических целей предприятия / А.А. Лебедева // Экономика, бизнес, инновации: сб. стат. III междунар. научн.-практ. конф. – Пенза, 2018. – С. 71-72.
18. Меньшиков В.В., Стрельникова А.С., Аверина Ю.М. Экономические проблемы "теневой" экономики в малом предпринимательстве // Вестник Международной академии системных исследований. Информатика, экология, экономика. 2017. Т. 19. № 2. С. 14-15.
19. Миннибаева А.Р., Аверина Ю.М., Ветрова М.А., Калякина Г.Е. Официальный способ сбора первичных данных о предприятии // Успехи в химии и химической технологии. 2018. Т. 32. № 1 (197). С. 26-28.
20. Мурасов, С. Е. Роль стратегического менеджмента в системе управления современного предприятия / С. Е. Мурасов // Научный диалог: Экономика и менеджмент : сборник научных трудов по материалам XXXI международной научной конференции, Санкт-Петербург, 08 августа 2020 года / Международная объединенная академия наук. – Санкт-Петербург: ЦНК Международная объединенная академия наук, 2020. – С. 4-8.
21. Носов, А.Л. Разработка видения, миссии и стратегической цели управления городом / А.Л. Носов // Инновационное развитие экономики. – 2020. – № № (57). – С. 170-175.
22. Писарева, О. М. Ценностный подход и основания стратегического целеполагания в условиях цифровой трансформации экономики и управления / О.М. Писарева // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). – 2020. – Т. 11. № 4. – С. 338-357.
23. Преображенский Ю.П. О возможностях роста эффективности функционирования современных компаний // В сборнике: Актуальные проблемы развития хозяйствующих субъектов, территорий и систем регионального и муниципального управления. Материалы XIII международной научно-практической конференции. Под редакцией Ю.В. Вертаковой. 2018. С. 215-218.
24. Преображенский Ю.П. Оптимизация работы предприятия // В сборнике: Молодежь и XXI век - 2019. материалы IX Международной молодежной научной конференции. 2019. С. 371-374.
25. Преображенский Ю.П., Коновалов В.М. О методах создания рекомендательных систем // Вестник Воронежского института высоких технологий. 2019. № 4 (31). С. 75- 79
26. Преображенский Ю.П., Чопоров О.Н. Использование инструментов стратегического анализа в организациях // Вестник Воронежского института высоких технологий. 2020. № 2 (33). С. 56-59.
27. Преображенский Ю.П., Чопоров О. Н., Ружицкий Е. Проблемы работы с проектами при формировании бизнес-центров // Вестник Воронежского института высоких технологий. 2021. № 1 (36). С. 107-109.
28. Романович В. К. Роль программы лояльности в современном мире / В. К. Романович, М. А. Худаева // Символ науки: международный научный журнал. – 2022. – № 4-1. – С. 56-59.
29. Садыкова Л. Г. Стратегический менеджмент в системе управления организацией / Л. Г. Садыкова, М. В. Лаптева // Социально-экономические процессы современного общества: теория и практика : Материалы Всероссийской научно-практической конференции, Чебоксары, 21 мая 2021 года. – Чебоксары: Общество с ограниченной ответственностью «Издательский дом «Среда», 2021. – С. 217-220.
30. Снитко Л.Т. Баловые положения процесса формирования, выбора и реализации конкурентной стратегии предприятия / Л.Т. Снитко, В.С. Патулов // Вестник БУКЭП. – 2021. – № 2 (87). – С. 204-219.
31. Торговое дело: коммерция, маркетинг, менеджмент. Теория и практика. Т. 2: монография / Д.И. Валигурский [и др.]. – М.: Дашков и К, 2019. – 324 с
32. Формулирование миссии и ключевых целей предприятия как инструмент стратегического менеджмента / Е. А. Абаева, Ю. М. Аверина, Е. Н. Субчева, В. С. Шумова // Успехи в химии и химической технологии. – 2021. – Т. 35. – № 1(236). – С. 13-15.
33. Preobrazhensky A.P. The problems of construction of automated working places // Вестник Воронежского института высоких технологий. 2016. № 2 (17). С. 94-96.
34. Белоусова М.Е. Стратегии управления персоналом организации: особенности и проблемы разработки //

Экономика и бизнес: теория и практика. – 2021. – №4-1 – URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/strategiiupravleniya-personalom-organizatsii-osobnosti-i-problemy-razrabotki/viewer>

35. Мергенбай, Н. Р. Разработка программы лояльности потребителей / Н. Р. Мергенбай. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2021. — № 49 (391). — С. 143-146. — URL:

<https://moluch.ru/archive/391/86289/>

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/magisterskaya-rabota/239058>