

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/kursovaya-rabota/249374>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Организационное производство

ВВЕДЕНИЕ 3

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ МИССИИ ПРЕДПРИЯТИЯ 5

1.1 Понятие и сущность миссии предприятия 5

1.2 Требования к формулированию миссии и система целеполагания предприятия 9

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ СИСТЕМЫ ЦЕЛЕПОЛАГАНИЯ НА ПРИМЕРЕ ООО «АПЕЛЬСИН» 16

2.1 Общая характеристика гостиницы 16

2.2 Анализ целеполагания на примере гостиницы 21

2.3. Разработка рекомендаций по совершенствованию целеполагания на примере гостиницы 25

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 30

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 32

ПРИЛОЖЕНИЯ 38

Актуальность. На сегодняшний день формирование миссии предприятия имеет значение как для стратегического планирования и видения предприятия в будущем, а также постановки стратегических целей, так и для клиентов предприятия и его контрагентов. Это объясняется тем, что миссия является частью имиджа предприятия.

Для оптимального функционирования предприятия в условиях перехода к цифровой экономике необходимо минимизировать риски основных бизнес-процессов уже на стадии планирования. Таким образом, использование инструментов стратегического менеджмента необходимо уже на начальных этапах деятельности.

Одним из инструментов является формирование миссии предприятия. После формирования миссии стоит обратиться к формированию ключевых целей. Алгоритм стратегического управления должен коррелировать со сформулированной миссией и поставленными целями предприятия.

Основной целью разработки миссии предприятия является видение образа предприятия, отражающее интересы всех групп, связанных с деятельностью предприятия (собственники, сотрудники, контрагенты, клиенты и др.).

В данном случае также должны учитываться следующие факторы:

□ история возникновения предприятия и его традиции;

□ стиль поведения собственников;

□ ресурсы предприятия;

□ окружающая среда;

□ достоинства предприятия.

Данное исследование актуально потому, что: 1) освещает малоисследованную на примере отечественных предприятий проблему; 2) позволяет решить ряд практических задач на основе полученных в исследовании выводов.

Цель – определить значение, особенности формирования и реализации миссии организации. Задачи: изучить понятие и сущность миссии предприятия;

дать характеристику требований к формулированию миссии и система целеполагания предприятия;

привести общую характеристику гостиницы;

провести анализ целеполагания на примере гостиницы;

разработать рекомендации по совершенствованию целеполагания на примере гостиницы.

Предмет – система управления гостиницей ООО «Апельсин», г. Волгоград.

Объект особенности формирования и реализации миссии организации.

Данную тему исследовали следующие авторы: Алцыбеева И.Г., Баранова Е.С., Ожерельева М.В., Ведерникова В.И., Ведерникова Д.О., Канащенков А.А., Кашуй В.Э., Кузьмин А.М., Высоковская Е.А., Мельникова Н.А., Мечик С.В., Мешанков Д.В., Гаврилова И.С., Полунин И.А., Шевченко С.А., Пушкарева Н.В., Новикова И.И., Фомичева О.Ю., Абрамова М.И.

В исследовании использовались следующие методы: системный; структурный; функциональный; информационный; аксиоматический; выборочный; методы синтеза и анализа.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ МИССИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1 Понятие и сущность миссии предприятия

Миссия предприятия представляет собой утверждение, написанное по определенной форме. В миссии предприятия заключается назначение существования данного предприятия, смысл его деятельности.

Предприятие при определении миссии преследует следующие цели:

- определяет область активных действий предприятия;
- определяет принципы конкурентной борьбы;
- определяет базу разработки целей предприятия;
- разрабатывает концепцию, вдохновляющую персонал.

Цели разработки миссии – видение образа предприятия. Здесь отражаются интересы всех групп, связанных с деятельностью предприятия (собственники, сотрудники, контрагенты, клиенты и др.).

Кроме того, должны приниматься во внимание следующие факторы:

- история возникновения предприятия и его традиции;
- стиль поведения собственников;
- ресурсы предприятия;
- окружающая среда;
- достоинства предприятия.

Обычно формируется краткая и развернутая миссии. В развернутой миссии отражаются все перечисленные факторы. Такая миссия используется внутри компании [35].

Сфера деятельности организации в рамках формулировки миссии организации может быть определена по-разному, более широко или узко. Выбрать вариант, который бы наилучшим образом способствовал разработке стратегии, зачастую бывает нелегко [37].

При определении сферы деятельности обычно принимают во внимание три группы факторов:

- 1) область потребностей (что производить?);
- 2) целевая группа потребителей (для кого производить?);
- 3) технология и функциональное исполнение (как удовлетворяются потребности?).

Миссия предприятия также отражает формы средне- и долгосрочного взаимодействия для решения значимых задач на взаимовыгодных условиях.

В таком случае миссия должна учитывать также интересы следующих субъектов:

Государство:

- Федеральный уровень
- Субъектный уровень
- Местный уровень

Организации всех видов организационно-правовых форм (частный бизнес).

Базовыми признаками миссии предприятия является [37]:

- взаимодействие сторон официально и осуществляется на юридической основе;
- подчеркивается равноправный характер взаимоотношений;

Нормативно-правовые источники:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 11.02.2019) [Электронный ресурс] // СПС КонсультантПлюс. URL: <http://www.consultant.ru/popular/gkrf1/>
2. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 N 197-ФЗ (в ред. от 31.12.2019) [Электронный ресурс] // СПС КонсультантПлюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_165886/

Литература:

3. Алцыбеева И.Г. Видение и миссия предприятия на рынке хлебобулочной продукции // В сборнике: Общество, наука, инновации (НПК-2016) Сборник статей 2-е издание, исправленное и дополненное. Вятский государственный университет. 2016. С. 3953-3957.
4. Байрамов Н.В., Рогова Т.Н. Теоретические основы стратегического планирования на предприятии // В

сборнике: Актуальные проблемы развития социально-экономических систем Сборник научных трудов. 2016. С. 140-143.

5. Баранова Е.С., Ожерельева М.В. Формирование миссии фирмы как элемент стратегического планирования // В сборнике: Современное состояние и тенденции социально-экономического развития региона 2018. С. 77-80.

6. Белобородова А.Р. Основные цели выхода предприятия на зарубежный рынок // В сборнике: Традиционная и инновационная наука: история, современное состояние, перспективы сборник статей Международной научно-практической конференции: в 2 частях. 2017. С. 103-105.

7. Бондарчук Е.И., Мидляр А.К. Исследование маркетингового обеспечения мясоперерабатывающих предприятий с целью повышения конкурентоспособности на рынке // Економічні студії. 2017. № 1 (14). С. 11-15.

8. Бурнашев Б.А. Практика управления на современных предприятиях в сфере электронной промышленности // В сборнике: актуальные вопросы общества, науки и образования. сборник статей II Международной научно-практической конференции. Пенза, 2022. С. 46-50.

9. Ведерникова В.И., Ведерникова Д.О. Социальное предназначение миссии компании // В сборнике: Разработка стратегии социальной и экономической безопасности государства Материалы IV Всероссийской (национальной) научно-практической конференции. 2018. С. 385-388.

10. Выбор миссии и формирование стратегической цели организации / Шарохина С.В., Кислинская М.В., Пудовкина О.Е. // В сборнике: перспективы развития науки в современном мире Сборник статей по материалам V международной научно-практической конференции: В 3 частях. Ответственный редактор: Халиков А.Р. 2018. С. 23-27.

11. Герасимова А.С. Особенности использования маркетингового инструментария в целях обеспечения стратегического развития торговых розничных предприятий // В сборнике: Современные условия взаимодействия науки и техники Сборник статей Международной научно-практической конференции. Ответственный редактор Сукиасян Асатур Альбертович. 2017. С. 123-126.

12. Горнштейн М.Ю., Подольских А.А. Цели и направления развития культурно-досуговой деятельности предприятий в рыночных условиях // Экономика и социум. 2017. № 1-2 (32). С. 1592-1598.

13. Губжокова К.А., Шурдумова Э.Г. Система налогового планирования деятельности предприятий в целях устойчивого развития // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. 2017. № 33. С. 137-142.

14. Думанян В.Е. Разработка целей деятельности предприятия на примере ООО «НОЙ» республика Тыва // Политика, экономика и социальная сфера: проблемы взаимодействия. 2017. № 9. С. 104-109.

15. Запорожцева Л.А., Сабетова Т.В. Формирование стратегии устойчивого развития коммерческих организаций // Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий. 2016. № 2 (68). С. 350-355.

16. Зиборова М.С., Рябов В.Н. Совершенствование управления маркетингом с целью повышения конкурентоспособности предприятия // В сборнике: Модернизация общественных наук в эпоху глобальных перемен: экономические, социальные, философские, политические, правовые, общенаучные аспекты материалы международной научно-практической конференции : в 3 ч.. 2017. С. 31-33.

17. Канащенков А.А. Технология разработки миссии предприятия // Успехи современной науки и образования. 2016. Т. 2. № 10. С. 20-26.

18. Кашуй В.Э. Определение миссии и целей предприятий // В сборнике: Современная наука: актуальные вопросы теории и практики материалы региональной научно-практической конференции. Ответственный за выпуск: Бугославская А. В.. 2016. С. 45-49.

19. Кирьянов Е.О. Трансформация целей финансово-инвестиционной стратегии российских промышленных предприятий в современных экономических условиях // Научное знание современности. 2017. № 2 (2). С. 154-159.

20. Коростина А.А., Романова А.Н. Значение стратегического планирования в управлении предприятием // NovalInfo.Ru. 2016. Т. 4. № 56. С. 259-264.

21. Кузьмин А.М., Высоковская Е.А. Эшриджская модель миссии // Методы менеджмента качества. 2018. № 1. С. 21.

22. Медведева Е.В. Оценка факторов, влияющих на уровень предпринимательского дохода, в целях инновационного развития предприятий // В сборнике: Инновационные процессы в формировании интегрированных структур региональных промышленных комплексов Поволжья сборник материалов международной научно-практической конференции. 2017. С. 84-87.

23. Мельникова Н.А. Разработка миссии на предприятии сферы сервиса // В сборнике: Индустрия туризма и сервиса: состояние, проблемы, эффективность, инновации сборник статей по материалам Международной научно-практической конференции. 2016. С. 126-128.
24. Мечик С.В. Формирование миссии субъекта предпринимательства // Экономика и предпринимательство. 2016. № 2-2 (67-2). С. 918-921.
25. Мешанков Д.В., Гаврилова И.С. Разработка технологической модели миссии инновационного предприятия // Высшая школа. 2016. № 18. С. 8-12.
26. Михайлов А.А., Федулов В.И. Адаптация персонала к корпоративной культуре // Управленческий учет. 2022. № 2-2. С. 285-291.
27. Моргунов А.В. Стратегические цели промышленного предприятия и устойчивость экономики // NovalInfo.Ru. 2017. Т. 6. № 58. С. 226-229.
28. Мяслина Н.Ж. Разработка стратегии предприятия // В сборнике: Перспективы развития предприятий реального сектора экономики в современных условиях материалы международной (очно-заочной) научно-практической конференции. 2016. С. 46-48.
29. Николаев Н.А. Повышение уровня соответствия функций управления персоналом целям предприятия как фактор снижения оппортунизма сотрудников // Мир экономики и управления. 2017. Т. 17. № 1. С. 114-125.
30. Обеспечение качества в производственной деятельности предприятия / Ивкова И.А., Бессонова О.В., Рябкова Д.С., Пиляева А.С. // Пищевая промышленность. 2016. № 2. С. 25-27.
31. Осипян С.В., Пасочник Е.Д. Экономический анализ деятельности предприятия с целью предупреждения кризисных ситуаций (на материалах ООО Фирмы «НТС») // В сборнике: Экономические и информационные аспекты управления бизнес-процессами Международная научно-практическая конференция. Белорусский государственный университет, Беларусь, Даугавпилсский университет, Латвия Белорусский государственный институт проблем культуры, Беларусь, Академия им. Петра Великого, г. Москва, Россия, Кубанский государственный университет, Россия, Северо-Кавказский федеральный университет, Россия, Ставропольский государственный аграрный университет, Россия. 2017. С. 173-176.
32. Пальниченко С.А., Демидов Т.В. Совершенствование функций риск-менеджера для целей оценки финансовых активов предприятия // В сборнике: Современные проблемы управления и регулирования: теория, методология, практика Сборник статей II Международной научно-практической конференции. Под общей редакцией Г.Ю. Гуляева. 2017. С. 119-120.
33. Полунин И.А., Шевченко С.А. Миссия предприятия и её основные компоненты (на примере машиностроительных предприятий) // В сборнике: Стратегия и тактика управления предприятием в переходной экономике сборник материалов XVI ежегодного открытого конкурса научно-исследовательских работ студентов и молодых ученых в области экономики и управления «Зеленый росток». под редакцией Г. С. Мерзликиной. Волгоград, 2016. С. 18-19.
34. Попкова А.С. Финансирование для социальных предприятий // В сборнике: Тенденции и перспективы развития банковской системы в современных экономических условиях. Материалы III международной научно-практической конференции. Брянск, 2022. С. 152-154.
35. Пушкарёва Н.В., Новикова И.И. Особенности методологических подходов при формировании миссии и целей организации // В сборнике: управление социально-экономическими системами: теория, методология, практика Сборник статей IV Международной научно-практической конференции. 2018. С. 89-91.
36. Сабуров С.Ю. Теоретические аспекты управления автотранспортом на предприятии // В сборнике: Актуальные вопросы инновационного развития Арктического региона РФ. сборник материалов III Всероссийской научно-практической конференции. 2022. С. 676-680.
37. Сергеева К.И. Сущность социальной поддержки работников на предприятии // In Situ. 2022. № 2. С. 16-20.
38. Философия управления персоналом как составляющая миссия предприятия / Кучмезова А.А., Блянихов А.Т., Яицкая Е.А. // Экономика и социум. 2022. № 2-1 (93). С. 344-347.
39. Фомичева О.Ю. Видение и миссия как неотъемлемые элементы стратегического целеполагания предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности Саратовской области // В сборнике: Саратовской области - 80 лет: история, опыт развития, перспективы роста Сборник научных трудов по итогам Международной научно-практической конференции: в 3-х частях. Ответственный редактор: Н.С. Яшин. 2016. С. 90-91.
40. Фомичева О.Ю., Абрамова М.И. Миссия как фактор успешного функционирования современного предприятия // В сборнике: Фундаментальные научные исследования: теоретические и практические аспекты сборник материалов международной научно-практической конференции: в 3-х томах. 2016. С. 297-

299.

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/kurovaya-rabota/249374>