

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://studservis.ru/kursovaya-rabota/352599>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Маркетинг

ВВЕДЕНИЕ 3

1. ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ 6

1.1 Сущность и виды стратегического развития компании 6

1.2 Методы стратегического анализа 9

1.3 Содержание стратегического развития организации 14

1.3 Основные принципы стратегического менеджмента 18

2. АНАЛИЗ КОМПАНИИ ООО «КАЛЕЙДОСКОП ЭМОЦИЙ» 23

2.1 Общая характеристика ООО «КАЛЕЙДОСКОП ЭМОЦИЙ» 23

2.2 Стратегический анализ компании ООО «КАЛЕЙДОСКОП ЭМОЦИЙ» 25

3. МЕРОПРИЯТИЯ ПО РАЗРАБОТКЕ СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ ООО «КАЛЕЙДОСКОП ЭМОЦИЙ» 27

3.1 Составление рекомендаций по разработке стратегии развития компании ООО «КАЛЕЙДОСКОП ЭМОЦИЙ» 27

3.2 Разработка мероприятий по реализации стратегии развития компании ООО «КАЛЕЙДОСКОП ЭМОЦИЙ» 30

3.3 Качественная оценка эффективности разработанного комплекса мероприятий по реализации стратегии развития 34

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 37

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 40

Теоретические аспекты разработки стратегии развития организации имеют существенное значение для правильной организации ее функционирования. Разработка стратегии развития организации подразумевает наличие разносторонних знаний, набора личностных качеств и организаторских способностей, которые подкреплены стратегическим мышлением и применением научно-исследовательского подхода.

При исследовании теоретических аспектов разработки стратегии развития организации первоначально надо рассмотреть аспекты определения «развитие».

Вопросы развития обозначены в многих трудах областях научной практической деятельности. Объект исследования приобретает в случае его положительного изменения для системы экономики черты развития.

Развитие с точки зрения философской точки зрения представляет собой понятие, обозначающее качественное изменение объекта, возникновение формы новой бытия, разные системы, которое носит сопряжённый характер с их преобразованием внешней и внутренней связей [1]. Этот тип высшего изменения и движения в природе и в обществе, связан с переходом от одного качества и состояние к другому.

Развитие может быть охарактеризовано наличием особенных объектов, структуры, форм источников, направленности [2].

В экономике понятие «развитие» смогло приобрести свое значение в связи с тем, что большая часть явлений и процессов в экономике направлено на сохранение собственного текущего состояния, обеспечения определенного прироста, что считается предпосылкой для постоянного развития.

Анализ литературы показывает, что на данный момент времени в литературе отсутствует единое определение данного определения. Например, по мнению И.В. Афонова развитие является всесторонним процессом изменения предприятия и его деятельности, меняющимся адекватным условиям среды и в наращивании или сохранении результирующий эффективности организации [3].

Анализ в литературе понятие развитие позволяет констатировать, что развитие представляет собой наличие способности явления, объекта, процесса к целенаправленным изменениям своих свойств, качеств, функций для улучшения его существующих характеристик в условии воздействия, как внутренних, так и внешних импульсов.

Категория развития предполагает существенно необходимое движение в пространстве, во временной

период качеств с свойствами предмета, явления.

Определение развития подразумевает использование термина «изменение». Оно считается категорией, фиксирующая отсутствие наличия у материального процесса и предмета тождества абсолютного с собой по отношению к своему содержанию, наличие положения в пространстве в течение временного периода; бинарная оппозиция данных понятий, как, «покой», «константность» «неизменность» [4]. Изменение бывает положительным или отрицательным.

Развитие может быть экономическим. Анализ литературы показывает, что исследование экономического развития представлено в научных трудах отечественных и зарубежных авторов (Г. Арндт, Г. Кларке, Д. Лукьяненко, К. Маркс, Й. Шумпетер и другие). При этом, единое понимание определения экономического развития в литературе отсутствует. Экономическое развитие имеет связь с совершенствованием экономической системы на качественном уровне и предполагает целенаправленное проведение с целью улучшения экономических показателей деятельности организации. Экономическое развитие направлено на развитие существующих характеристик с целью их достижения на основании учета оказываемого влияния внешними и внутренними источниками изменений.

Категория «экономическое развитие» связана с категорией «экономического роста». Исследованием данной категории занимались отечественные и зарубежные авторы (Л. Вальра, М. Вебер, А. Маршалл, Д. Солоу, С. Фудзиро и другие). При этом, также отсутствует единое понимание данной категории. В рамках данного исследования под экономическим ростом будет предположено динамичное количественное изменение ключевых показателей системы экономики или объекта. Стоит отметить, что рост может характеризоваться, как отрицательной, так и положительной динамикой. Величина экономического роста является характеристикой степени экономического развития [8].

Таким образом, в рамках данного исследования под стратегическим развитием организации понимается качественное целенаправленное развитие экономической системы и ее элементов на основании более эффективного управления деятельностью организации за счет разработки, осуществления внедрения, реализации нововведений на основании учета внешней и внутренней среды организации.

Разработка стратегии развития организации является необходимым изменением. Оно происходит в временном и пространственном аспекте качеств, взаимосвязей и свойств, и всех элементов в период реализации деятельности в долгосрочной перспективе.

Суть стратегического развития заключается в формировании и реализации организационных и экономических мероприятий и условий для реализации стадий всех процесса развития в период движения совокупности элементов от начального состояния к необходимому на основе проведения изменения качественного его ключевых свойств на основе учёта сохранения и его повышения устойчивости в перспективе.

1.2 Методы стратегического анализа

Чтобы определить стратегический план, необходимо воспользоваться стратегическим анализом, рассмотрим основные его методы.

SWOT - анализ является наиболее распространенным методом анализа среды. Начало лежит в заполнении таблицы, четыре поля которой должны систематизировать всю информацию об окружающей среде предприятия [7]. (табл. 1)

Таблица 1 – SWOT – анализ: характеристики предприятия при оценке эффективности деятельности.

Потенциальные внутренние сильные стороны
Потенциальные внешние возможности предприятия

Внутренние факторы, способствующие эффективной работе предприятия
Внешние факторы, благоприятствующие организации

Потенциальные внутренние слабые стороны
Потенциальные внешние угрозы

Внутренние факторы, препятствующие эффективной работе предприятия Внешние факторы, являющиеся причинами неблагоприятных условий работы предприятия

Потенциальные угрозы, а так же возможности, которыми располагает предприятие, указывают не только на его положение, но и на необходимость стратегических изменений как таковых. Стратегия должна быть нацелена на использование перспектив, в тоже время, она должна быть рассчитана на возможности предприятия и обеспечивать защиту от внешних угроз.

Как только есть понимание о сильных и слабых сторонах предприятия, как только есть перечень, в котором есть все угрозы и возможности, необходимо установить между ними взаимосвязь. В этом случае используется матрица SWOT (табл. 2).

Таблица 2 – Матрица SWOT

Фирма Внешняя среда

Возможности Угрозы

Сильные стороны СИВ СИУ

Слабые стороны СЛВ СЛУ

Поле СИВ – сила и возможности – указывает на необходимость разработки стратегии по использованию сильных сторон предприятия, чтобы получить отдачу от возможностей внешней среды.

Поле СЛВ – слабость и возможности – строит стратегию таким образом, чтобы за счет появившихся возможностей преодолеть слабости предприятия.

В поле СИУ стратегия должна предполагать использование силу предприятия для устранения угроз.

Для поля СЛУ предприятие должно выработать такую стратегию, которая позволила бы избавиться от слабости и предотвратить угрозу.

Разрабатывая стратегию и планируя работу предприятия, необходимо помнить, что возможности и угрозы имеют тенденцию взаимно обращаться друг в друга. То есть, неиспользованная возможность, может стать угрозой, если ее использует конкурент. В тоже время угроза, получившая достаточно внимание и правильный подход, может стать определенной возможностью к развитию компании.

Модель пяти конкурентных сил М. Портера используется для адаптации предприятия в конкурентной среде, а именно: определение интенсивности влияния конкурентных сил, и поиск позиции предприятия, максимально от них защищенной.

Проведенный анализ определяет уровень угроз по каждому из параметров, что дает возможность разработки ключевых направлений работ по адаптации предприятия в конкурентной среде.

Главным недостатком модели пяти сил Портера является наличие определенных условий его использования: стабильность рынка, и отсутствие договоренностей между поставщиками, конкурентами и потребителями. Также, по мнению некоторых ученых, метод эффективен не для всех отраслей, а движущих сил больше, чем пять – государство и комплементоры (предприятия, производящие и поставляющие дополнительные товары) являются не менее важными движущими силами, чем пять рассмотренных. Достоинством этого метода анализа является простота и наглядность, возможность оценки и структурирования проблем предприятия.

Однако применимость такого анализа требует низкой нестабильности на рынке, позволяющей участникам рынка планировать, реагировать на действия конкурентов, а также отсутствие взаимодействия и сговора между конкурентами, поставщиками и покупателями.

Для стратегического анализа необходимо понимание от руководителей фирмы», а именно на каком этапе развития существует организация, прежде чем решать, куда двигаться дальше. Для этого нужна эффективная информационная система, которая может обеспечить данными для анализа всех ситуаций (прошлых, настоящих и будущих). Отличная проведенная диагностика недостатков и преимуществ деятельности организации дает реальную оценку его ресурсов и возможностей, а также является отправной точкой разработки стратегии

Наглядно схема пяти сил Портера представлена на рисунке 1.

Рисунок 1 – Пять сил конкуренции по М. Портеру

Анализ текущей ситуации предполагает выявление изменений в макро- и микросреде предприятия и их прогнозирование с оценкой возможных последствий. Для этого обычно применяют описанный выше SWOT-анализ, или разделяют его на 2 основные части: PEST- анализ и анализ сильных и слабых сторон. конкуренты в отрасли интенсивность соперничества поставщики

покупатели

товары - субституты

PEST-анализ макросреды предприятия состоит в выявлении и оценке влияния факторов макросреды на результаты текущей и будущей деятельности предприятия. Цель PEST-анализа – отслеживание (мониторинг) изменений макросреды по 4 узловым направлениям и выявление тенденций, событий, не подконтрольных предприятию, но оказывающих влияние на результаты принятых стратегических решений. Примерный перечень таких факторов приведен в таблице 3.

Порядок проведения PEST-анализа:

1. Разрабатывается перечень внешних факторов, имеющих высокую вероятность реализации и воздействия на функционирование предприятия.
 2. Оценивается значимость каждого события для данного предприятия путем присвоения ему определенного веса от 1 (важнейшее) до 0 (незначительное). Сумма весов должна быть равна 1, что обеспечивается нормированием.
 3. Дается оценка степени влияния каждого фактора-события на стратегию предприятия по 5-балльной шкале (5 – сильное воздействие, 1 – отсутствие воздействия).
 4. Определяются взвешенные оценки путем умножения веса фактора на силу его воздействия, и подсчитывается суммарная взвешенная оценка для данного предприятия.
- Суммарная оценка указывает на степень готовности предприятия реагировать на текущие и прогнозируемые факторы внешней среды.

1. Ансофф И. Стратегическое управление. – М.: Инфра-М, 2016– 57 с.
2. Басовский Л.Е.,. Механизм роста промышленного производства и внутрифирменная стратегия. Тула: Тул. гос. пед. ун-т, 2016 – 108 с.
3. Боумен К. Основы стратегического менеджмента/Пер. с англ. под. ред. Зайцева Л.Г., Соколовой М.И. — М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2017– 256 с.
4. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. – М.: ЮНИТИ, 2016– 748 с.
5. Виханский О.С. Стратегическое управление. — М.: Гардарики, 2018– 432 с.
6. Владимирова И. Г. Организационные структуры управления компаниями. // Менеджмент в России и за рубежом. № 5. 2017– 345 с.
7. Грушенко В.И. Продуктово-рыночный анализ. Смоленск: НОУ «СИБП», 2017– 528 с.
8. Дорошев В. И. Введение в теорию маркетинга. Учебное пособие. - М.: Инфра-М, 2009– 256 с.
9. Каплан Роберт С., Нортон Дейвид П. Организация, ориентированная на стратегию / Пер. с англ. — М.: ЗАО «Олимп—Бизнес», 2017– 123 с.
11. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Стоит отметить, что основы менеджмента / Пер. с англ. М.: Дело, 2007– 253 с.
12. Рапопорт В.Ш. Диагностика управления: практический опыт и рекомендации. - М.: Экономика, 2015– 3 с.

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/352599>