

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/381594>

**Тип работы:** Курсовая работа

**Предмет:** Стратегический менеджмент

Введение 3

1 Теоретические аспекты SWOT-анализа в стратегическом управлении 5

1.1 Особенности стратегического управления 5

1.2 SWOT-анализ: содержание этапов и процедура проведения 11

2 Практические аспекты SWOT-анализа при разработке стратегии фирмы 18

2.1 Организационно-экономическая характеристика объекта исследования (на примере АО «Кызылский Хлебокомбинат») 18

2.2 Анализ внешней и внутренней среды и разработка направлений по совершенствованию стратегии фирмы на основе SWOT-анализа 24

Заключение 32

Библиографический список 34

**ВВЕДЕНИЕ**

Актуальность темы исследования заключается в том, что система рыночного управления требует от предприятий постоянного повышения своей конкурентоспособности. Стратегическое управление-это процесс, определяющий последовательность действий Организации по разработке и реализации стратегии. Она включает в себя постановку целей, разработку стратегий, определение необходимых ресурсов и поддержание связей с внешней средой, которые позволяют организации достичь своих целей.

Эффективность управления предприятием в целом во многом зависит от способности менеджмента разработать такую стратегию развития бизнеса, которая позволила бы достичь желаемых результатов, не подвергая свой бизнес ненужным рискам, в том числе рискам банкротства.

Изучая внешнюю среду, менеджеры сосредотачиваются на выявлении угроз и возможностей внешней среды. Очень популярным методом анализа внутренней и внешней среды компании, а также ее слабых и сильных сторон является SWOT-анализ. Эта тема актуальна, поскольку стратегическое планирование определяет перспективные направления развития компании. Он определяет основные виды деятельности, позволяет объединить маркетинговую, проектную, производственную и финансовую деятельность в единую систему. Стратегический план, разработанный на основе SWOT-анализа, позволяет компании адаптироваться к внешней среде, распределять ресурсы и осуществлять внутреннюю координацию деятельности для выявления сильных и слабых сторон.

Цель работы - исследовать SWOT-анализ и его роль в формировании стратегии фирмы.

Для достижения этой цели необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть особенности стратегического управления;
- исследовать содержание этапов и процедуру проведения SWOT-анализа;
- привести организационно-экономическую характеристику объекта исследования (на примере АО «Кызылский Хлебокомбинат»)
- провести анализ внешней и внутренней среды и разработка направлений по совершенствованию стратегии фирмы на основе SWOT-анализа.

Объект исследования - АО «Кызылский Хлебокомбинат».

Предмет исследования - факторы, влияющие на процесс формирования стратегии фирмы, выявленные на основе проведенного SWOT-анализа.

Методологической базой работы является комплексный системный подход к изучению объекта исследования, включая такие методы, как: анализ, синтез.

Структура работы включает: введение, основную часть, заключение, библиографический список.

**1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ SWOT-АНАЛИЗА В СТРАТЕГИЧЕСКОМ УПРАВЛЕНИИ**

1.1 Особенности стратегического управления

Слово «стратегия» происходит от греческого «strategos», что означает «искусство полководца». Понятие стратегии происходит от военной теории, в которой «искусство генерала» и «искусство лейтенанта» четко разделены. В современном менеджменте стратегия - это подробный, всеобъемлющий, всеобъемлющий план, призванный обеспечить выполнение миссии организации и достижение ее целей.

Стратегическое управление - это всеобъемлющий набор текущих действий и процессов, которые организации используют для систематической координации и согласования ресурсов и действий с миссией, видением и стратегией в рамках всей организации. Деятельность по стратегическому управлению превращает статический план в систему, которая обеспечивает стратегическую обратную связь для принятия решений и позволяет плану развиваться и расти по мере изменения требований и других обстоятельств. Выполнение стратегии в основном является синонимом управления стратегией и представляет собой систематическую реализацию стратегии .

Стратегическое управление - это процесс планирования, организации, контроля и координации деятельности организации для достижения ее долгосрочных целей и обеспечения ее конкурентоспособности на рынке. Основная задача стратегического менеджмента заключается в определении и формулировании стратегии организации, определяющей ее основные направления развития, цели и пути достижения этих целей. Стратегический менеджмент включает в себя анализ внешней и внутренней среды организации, разработку стратегических целей и планов, а также реализацию и контроль за их выполнением.

Главная особенность процесса стратегического управления заключается в его параллельном и последовательном характере - возможности одновременного выполнения различных этапов процесса (в этом принципиальное отличие стратегического управления от стратегического планирования - при стратегическом планировании операции процесса выполняются последовательно, результатом процесса является плановый документ - стратегический план развития процесса). При разработке и реализации стратегии существует возможность пропустить ряд этапов и вернуться к этапам, которые были выполнены ранее, до завершения всего цикла стратегического управления. Инновационная деятельность предприятий и организаций направлена в первую очередь на создание конкурентных преимуществ за счет внедрения новых продуктов, процессов и организационных решений. Условно его можно разделить на два класса: предпринимательский и стратегический. В первом случае речь идет о создании новых сфер деятельности, реализующих инновационные идеи как в рамках новых, так и уже существующих компаний. Во втором случае речь идет об адаптации инноваций к существующему способу работы компании .

Существует множество различных структур и методологий для стратегического планирования и управления. Несмотря на то, что не существует абсолютных правил относительно правильной структуры, большинство придерживается аналогичной схемы и имеет общие атрибуты. Многие структуры циклически изменяются по некоторым базовым:

- анализ или оценка, где разрабатывается понимание текущей внутренней и внешней среды,
- формулирование стратегии, где разрабатывается стратегия высокого уровня и разрабатывается стратегический план базового уровня организации;
- выполнение стратегии, когда план высокого уровня переводится в более оперативное планирование и элементы действий, и
- этап оценки или обеспечения / управления, где происходит постоянное совершенствование и оценка эффективности, культуры, коммуникации, представления данных и другого стратегического управления проблемы возникают.

Стратегическое управление определяется как процесс оценки, планирования и реализации, предназначенный для поддержания или улучшения конкурентного преимущества. Процесс оценки связан с оценкой внешней и внутренней среды. Планирование включает разработку бизнес-моделей, корпоративного направления, конкурентной тактики, международной стратегии, приобретений и совместных действий. Этап внедрения требует лидерства для создания соответствующей организационной структуры, развития культуры управления, контроля над стратегическими процессами и управления организацией посредством этического корпоративного управления. Результаты стратегической деятельности видны в изменении доходов, доли рынка, прибыли и прибыли на инвестиции для заинтересованных сторон .

Предписывающий подход к стратегическому управлению описывает, как стратегии должны быть разработаны, в то время как описательный подход фокусируется на том , как стратегии должны быть реализованы на практике. Эти школы различаются тем, разрабатываются ли стратегии посредством аналитического процесса, в котором учитываются все угрозы и возможности, или они больше похожи на

общие руководящие принципы, которые должны применяться.

Деловая культура, навыки и компетенции сотрудников, а также организационная структура являются важными факторами, которые влияют на то, как организация может достичь поставленных целей. Несгибаемым компаниям может быть трудно преуспеть в изменяющейся бизнес-среде. Создание барьера между разработкой стратегий и их реализацией может затруднить руководителям определение того, были ли цели эффективно достигнуты.

В то время как высшее руководство организации несет главную ответственность за свою стратегию, сами стратегии часто вызываются действиями и идеями менеджеров и сотрудников более низкого уровня. В организации может быть несколько сотрудников, преданных стратегии, а не полагаться на руководство (СЕО) для руководства. Из-за этой реальности руководители организации сосредоточены на изучении прошлых стратегий и изучении окружающей среды в целом. Коллективные знания затем используются для разработки будущих стратегий и управления поведением сотрудников, чтобы гарантировать, что вся организация движется вперед. По этим причинам эффективное стратегическое управление требует как внутренней, так и внешней перспективы.

1. Азарова С. П. Маркетинговые исследования: теория и практика : учебник для прикладного бакалавриата / С. П. Азарова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 314 с.
2. Бабич, Т.Н. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учебное пособие / Т.Н. Бабич, И.А. Козьева, Ю.В. Вертакова, Э.Н. Кузьбожев. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 336 с.
3. Баринов, В.А. Бизнес-планирование: Учебное пособие / В.А. Баринов. - М.: Форум, 2017. - 256 с.
4. Басовский Л.Е., Басовская Е.Н. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. - М.: Инфра-М, 2014. - 245 с.
5. Басовский, Л.Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учебное пособие / Л.Е. Басовский. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 260 с.
6. Бачурин, А.А. Планирование и прогнозирование деятельности автотранспортных организаций / А.А. Бачурин. - Вологда: Инфра-Инженерия, 2017. - 272 с.
7. Безрутченко, Ю.В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: Учебное пособие, 2-е изд. / Ю.В. Безрутченко. - М.: Дашков и К, 2016. - 232 с.
8. Белокопытов А.В. Современные подходы к оценке эффективности стратегического управления / А.В. Белокопытов, Е.А. Лашук // Наука, образование, общество: тенденции и перспективы развития : материалы VI Междунар. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 18 июня 2017 г.). В 2 т. Т. 2 / редкол.: О.Н. Широков [и др.] - Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2017. - С. 83-86.
9. Блинникова Д.А. Принципы стратегического планирования на предприятии / Д.А. Блинникова, И.Е. Семенко // Научное сообщество студентов : материалы XVI Междунар. студенч. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 29 дек. 2017 г.) / редкол.: О.Н. Широков [и др.] - Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2017. - С. 159-161
10. Бороненкова С.А. Экономический анализ в управлении предприятием. - М.: Финансы и статистика, 2017. - 123 с.
11. Борушко, Н. В. Маркетинговые коммуникации [Текст]: курс лекций / Н. В. Борушко. - Минск: БГТУ, 2016. - 306 с.
12. Быкардов Л.В., Алексеев П.Д. Финансово-экономическое состояние предприятия: Практическое пособие. - М. Изд-во ПРИОР, 2017. - 227 с.
13. Виноградова, М.В. Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства: Учебное пособие / М.В. Виноградова. - М.: Дашков и К, 2017. - 280 с.
14. Галицкий, Е.Б. Маркетинговые исследования. теория и практика 2-е изд., пер. и доп. учебник для вузов / Е.Б. Галицкий, Е.Г. Галицкая. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 570 с.
15. Горбунов, В.Л. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов: Научно-практическое пособие / В.Л. Горбунов. - М.: ИЦ ПРИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 248 с.
16. Дубровин, И.А. Бизнес-планирование на предприятии: Учебник для бакалавров / И.А. Дубровин. - М.: Дашков и К, 2016. - 432 с
17. Иванов Е.А. Стратегическое управление развитием предприятия внутренние и внешние факторы стратегии развития предприятия // Журнал «Российское предпринимательство». Выпуск №6 (2) - 2016 - С. 82-87.
18. Каравайцева А.А. Стратегическое управление. Основные понятия и определения // Наука, образование,

общество: тенденции и перспективы развития : материалы III Междунар. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 11 дек. 2016 г.). В 2 т. Т. 2 / редкол.: О.Н. Широков [и др.] – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2016. – С. 176-177.

19. Кирина И.Л. Стратегическое планирование как основа повышения эффективности деятельности предприятия / И.Л. Кирина, А.А. Павлова // Экономическая наука сегодня: теория и практика : материалы VIII Междунар. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 29 дек. 2017 г.) / редкол.: О.Н. Широков [и др.] – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2017. – С. 29-31.

20. Кузык, Б. Прогнозирование, стратегическое планирование и национальное программирование: Учебник / Б. Кузык, В. Кушлин, Ю. Яковец. - М.: Экономика, 2017. - 604 с.

21. Леонтьев, С.К. Технологическое прогнозирование и планирование: российский и зарубежный опыт, перспективы для отечественного оборонно-промышленного комплекса / С.К. Леонтьев, А.М. Губинский. - М.: Моск.университета, 2014. - 248 с.

22. Маленков Ю.А. Стратегический менеджмент: Учеб. – М.: ТК Велби, Проспект, 2017. – 224 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/381594>