

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/otchet-po-praktike/393569>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Менеджмент

Введение 3

1. Стратегическое управление процессами планирования и организации производства на уровне промышленной организации 5

1.1 Понятие и значение стратегии развития предприятия 5

1.2 Классификация стратегий поведения промышленных предприятия 10

1.3 Этапы формирования стратегии развития предприятия 16

2. Стратегическое управление проектами и программами по внедрению новых методов и моделей организации и планирования производства на уровне промышленной организации 21

2.2 Классификация рисков по сфере деятельности ООО «ЕПК» 29

2.3 Анализ рыночных возможностей и угроз ООО «ЕПК» на рынке 33

Заключение 37

Список используемых источников 39

Приложение 42

Стратегия в общем понимании является основополагающим стержнем в управлении предприятием, который обеспечивает устойчивое экономическое развитие компании, повышение конкурентоспособности производимой им продукции и оказываемых услуг. Сложившаяся ситуация характеризуется обострением практик управления. Среди них недостаток квалифицированных кадров, высокие вмененные издержки, нестабильность внешней среды. Ужесточение конкурентной борьбы требует от компаний большего внимания к качеству продукции, внедрения инноваций.

Сложившаяся мировая ситуация предполагает повышенное внимание к глобальной обстановке, гибкость и способность к радикальному изменению стратегий компании. Отечественная и зарубежная практика хозяйствования сегодня показывает, что решение этих и подобных задач возможно в случае развитого и эффективного стратегического управления путем грамотно разработанной стратегии развития предприятия в краткосрочной и долгосрочной перспективе.

Объектом исследования является промышленное предприятие ООО «ЕПК» (город Омск).

Предприятие действует с 22 ноября 2001 года. Рынок на котором работает компания является высоко конкурентным.

Предметом исследования является стратегическое управление процессами планирования и организации производства на уровне промышленной организации.

Актуальными задачами современных компаний любого профиля является повышение эффективности хозяйственной деятельности и улучшение управляемости. На фоне глобального кризиса и санкций против Российской Федерации данный вопрос представляется наиболее актуальным, поскольку, по мнению ученых, кризис, влечет коренные изменения в глобальной экономике и построение нового технологического уклада. Целью прохождения практики является: закрепление и углубление знаний, полученных в учебном процессе и в период прохождения практик, приобретение опыта, умений и навыков по профилю профессиональной деятельности будущих специалистов.

Задачи квалификационной работы по разработке стратегии развития малого предприятия состоят в:

□ анализе понятия и значения стратегического управления процессами планирования и организации производства на уровне промышленной организации

□ развития предприятия;

□ исследовании деятельности предприятия и проведении анализа внешней и внутренней среды функционирования предприятия;

- исследование основных направлений и методов снижения рисков в практической деятельности исследуемого предприятия;

- анализе рыночных возможностей и угроз предприятия на рынке.

В работе использованы учётные данные компании, аналитические материалы, результаты исследований в области стратегического и маркетингового управления.

Стратегия представляет собой детальный комплексный план управленческих действий, предназначенный для того, чтобы обеспечить достижение долговременного успеха предприятия [1].

Разработка и выбор стратегии должны обосновываться обширными исследованиями и достоверными данными. Современная организация способна существовать и успешно конкурировать на рынке лишь при условии постоянного развития и адаптации под изменяющиеся условия ведения бизнеса. Повышенный ритм современной жизни, изменчивость окружающей среды усиливает нестабильность функционирования компаний, заставляет их подстраиваться под смену внешних условий. Справляться с этой задачей позволяет стратегическое планирование.

Прежде всего, стратегия большей частью формулируется и разрабатывается высшим руководством, но ее реализация предусматривает участие всех уровней управления. Стратегический план обосновывается обширными исследованиями и фактическими данными. Для эффективного конкурентирования в современном мире бизнеса компания должна постоянно заниматься сбором и анализом большого количества информации об отрасли, конкуренции и других факторах.

В стратегическом управлении стратегия рассматривается в качестве долгосрочного качественного направления развития компании, касающегося сферы, средств и форм ее деятельности, системы взаимоотношений внутри компании, а также позиции компании в окружающей среде.

Стратегическое планирование является фундаментом, на котором строится вся система управленческих функций, или основой функциональной структуры системы управления. Стратегическое планирование является инструментом, с помощью которого формируется система целей функционирования предприятия и объединяются усилия всего коллектива предприятия по ее достижению [5].

Стратегическое планирование представляет собой набор процедур и решений, с помощью которых разрабатывается стратегия предприятия, обеспечивающая достижение целей функционирования предприятия.

Будучи функцией управления, стратегическое планирование является фундаментом, на котором строится вся система управленческих функций, или основой функциональной структуры системы управления.

Стратегическое планирование является инструментом, с помощью которого формируется система целей функционирования предприятия и объединяются усилия всего коллектива предприятия по ее достижению. Стратегическое планирование представляет собой набор процедур и решений, с помощью которых разрабатывается стратегия предприятия, обеспечивающая достижение целей функционирования предприятия.

Учитывая, что современные экономические условия характеризуются ускоренной динамикой рыночной конъюнктуры, активной конкурентной борьбой за покупателей, большинство управленческих решений должно опираться на результаты перспективного стратегического анализа, способные оказывать серьезное влияние на будущую эффективность деятельности организации.

Стратегический анализ дает возможность определить сущность, содержание, последовательность реализации стратегии управления. В большинстве случаев рост означает повышение размеров или числа объектов. К росту предприятия относится как увеличение его размеров, так и расширение деятельности по следующим показателям: объем производства, доля на рынке, численность персонала, объем продаж, чистая прибыль и прочее.

Предприятия как организованные системы могут стимулировать свой рост, осуществляя целенаправленный выбор (расширение рынка сбыта, привлечение инвестиций). Ограничение роста не ограничивает развитие. Развитие в большей степени относится к тому, как много может сделать предприятие, нежели к тому, чем оно уже обладает, какого экономического состояния или уровня достигло к данному периоду своего существования.

Современное предприятие организованная система, целенаправленная на производство товаров и услуг, которая является частью экономической системы, общие и частные элементы которой имеют свои собственные экономические цели. Следовательно, требуемый уровень развития предприятия зависит от характера влияния на него отдельных основных элементов и всего государства, как целой системы.

В стратегическом менеджменте компания способна использовать такие стратегии, как разработка товара, стабилизация производства, проникновение на рынок, сокращение издержек, изменение, а также остальные функциональные или целевые стратегии (финансовую, маркетинговую, конкурентную и т.д.).

И. Ансофф, родоначальник концепции стратегического менеджмента, характеризует стратегию как «набор правил для принятия решений, которыми организация руководствуется в своей деятельности», а также выделяется несколько отличительных особенностей стратегии.

1. Процесс разработки стратегии не завершается немедленным действием. Обычно он заканчивается

установлением общих направлений продвижения, по которым обеспечивается рост и укрепление позиций компании.

2. Разработанная стратегия должна быть использована для разработки стратегических проектов методом поиска. Роль стратегии в поиске состоит в том, чтобы сосредоточить внимание на определенных участках и возможностях.

3. В ходе формулирования стратегий нельзя предвидеть все возможности, которые откроются при составлении проекта конкретных мероприятий. Поэтому приходится пользоваться достаточно обобщенной, неполной и неточной информацией о различных альтернативах.

Результатом деятельности по разработке стратегии развития предприятия является документ, который называется «стратегический план», который, обычно, включает в себя следующие разделы:

- цели и задачи компании;
- текущая деятельность компании;
- текущее финансовое положение компании;
- функциональная стратегия;
- мероприятия по реализации стратегии;
- ресурсораспределение;
- планирование рисков.

Разработка стратегии развития должна затрагивать все уровни управления организации, так как от решения, принимаемых при планировании стратегии, затрагивают всех сотрудников компании.

На основе известных определений стратегии можно проследить, как по мере изменений условий и требований внешней среды изменялись принципы формирования стратегического поведения компаний. В таблице 1 представлены определения понятия «стратегия», отражающие изменяющийся характер развития подходов по стратегическому планированию

На информационном портал среднего бизнеса Российской Федерации [17] выделяют стратегии по изменениям, которые происходят во внутренней и внешней среде компаний, выделяют несколько типов:

- стратегии ограниченного роста;
- стратегии сокращения;
- сочетание всех этих типов.

Стратегия ограниченного роста характерна для уже сложившихся на рынке организаций, успешных в своем виде деятельности. Реализация такого вида стратегии требует от компании собственных средств, технологий, определенного уровня менеджмента и других видов ресурсов, достаточных для осуществления деятельности.

Стратегические цели при разработке такой стратегии формируются по принципу «от достигнутого» и не предполагают резких изменений в деятельности. Стратегия роста характерна для предприятий, цели которой состоят в увеличении объема сбыта продукции или оказания услуг, изменение или расширение профиля деятельности, переход на новые рынки сбыта, внедрение средств научно технического прогресса, изменение собственной структуры и т.д. Такой вид стратегии характерен для предприятий, которые обладают достаточными ресурсами для развития.

Стратегия сокращения характеризуется сокращением объемов производства или предоставляемых услуг, свёртыванием одного или нескольких направлений деятельности компании, либо полной ликвидацией компании, если такие меры более целесообразны в условиях деятельности компании. Такая стратегия используется при общем экономическом спаде, либо когда возникают неблагоприятные обстоятельства для определенного вида деятельности или отрасли в целом, также в случае переориентирования компании на иные виды деятельности, изменении ассортимента.

Часто целью стратегии сокращения могут быть преодоление финансовых трудностей, необходимость изыскания средств для создания новых производств, а также вложений в новые виды деятельности [19].

Стратегии развития организации различаются и по их предназначению, по уровню на котором предполагается их использование.

Первый уровень выработки стратегии это определение корпоративной стратегии, используемой при управлении развитием организаций, занятых в нескольких областях деятельности; компаний, занятых в нескольких сферах бизнеса, и т.д.

Второй уровень – определение стратегии для организаций, занятых в одной области деятельности. Если, компания является крупной, то при выработке ее стратегии должна учитываться корпоративная стратегия.

Третий уровень – определение стратегии для функциональных подразделений организации, занятых обеспечением одного из направлений реализации стратегии организации. К этому уровню относится,

например, выработка стратегии разворачивания производства, маркетинга, обеспечения необходимого финансирования и т. д.

Четвертый уровень является линейным. Здесь определяется стратегия основных подразделений организации, ее филиалов, представительств и т.д. [12].

Стратегии компаний в вопросах конкурентной борьбы имеют значительные различия. Известный экономист М. Портер разработал модель «пяти сил конкуренции», определяющих возможность конкурентного воздействия на организацию, занятую в бизнесе, представленную на рисунке 1.

1. Акмаева, Р. И. Стратегическое планирование и стратегический менеджмент : учебник / Р. И. Акмаева. – Москва: Финансы и статистика, 2017. –208 с.
2. Александрова, А.В. Стратегический менеджмент: учебник / А.В. Александрова. – М.: НИЦ ИНФРА - М, 2016. – 320 с.
3. Анкона, Д.Команды прорыва. Источники инноваций и лидерства в отрасли : учебное пособие /Д. Анкона. – Москва : Гревцов Паблишер, 2014. – 336 с.
4. Аниськова, О.Л. Разработка стратегии деятельности предприятия торговли : учебник / О. Л. Аниськова. – Москва : Папирус Про, 2021- 232с.
5. Аньшин, В.М. Исследование методологии и факторов ценностно ориентированного управления стратегиями в российских компаниях / В. М. Аньшин. – Москва : Папирус Про, 2020 – 144 с.
6. Багиев, Г.Л. Основы организации маркетинговой деятельности на предприятии : учебник/ Г. Л. Багиев. – Москва : М, 2019. – 91с.
7. Балашов, А.П. Основы менеджмента: учебное пособие / А.П. Балашов. – М. : ИНФРА - М, 2016. – 288 с.
8. Беляева, С. А. Роль планирования в процессе управления инновационными проектами : учебник / С. А. Беляев. – Москва : Папирус Про, 2014. – 84-87с.
9. Беляевский, И.К Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Учебное пособие / И. К. Беляевский. –Москва : СПб, 2015 –341с
10. Бетанова, И. Роль HR в управлении проектами :Справоник по управлению персоналом / И. Бетанова – Москва : СПб, 2016 - 174с.
11. Боровских, О.Н. Особенности построения системы управления проектами в организациях: учебное пособие / О. Н. Боровских. – Москва : Инфра - М, 2011 – 14 – 22 с.
12. Брэddик, У. Менеджмент в организации : учебное пособие / У. Брэddик. – М.: ИНФРА - М, 2018. – 344 с.
13. Варнавский, В.Г. Мировой кризис и рынок инфраструктурных проектов : учебник / В. Г. Варнавский. – М.:СПб, 2016 – 38 – 64 с.
14. Вердиева, Ю.Н. Менеджмент: учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по спец. 080503.65 "Антикризисное управление" / Ю.Н. Вердиева; Дальневост. федер. ун-т, Шк. экономики и менеджмента. - [2 - е изд. перераб. и доп.]. - Владивосток: ДВФУ, 2017. - 311 с.
15. Веснин, В.Р. Основы менеджмента: учебник / В.Р.Веснин. – М.: Проспект, 2015. – 320 с.
16. Виханский, О.С. Менеджмент: учеб. для студ. вузов, обуч. по экон. спец. и по направлению 521600 Экономика / О.С. Виханский, А.И.Наумов. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Экономистъ, 2018. - 669 с.
17. Гапоненко, Т. В. Управленческие решения: учебник/ Т. В. Гапоненко. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2018. –284 с.
18. Глухов, В. В. Менеджмент: для экономических специальностей / В. В. Глухов. – Санкт - Петербург: Питер Пресс, 2019. – 600 с.
19. Гончаров, В. И. Основы менеджмента: учебник/ В. И. Гончаров. – Минск: школа», 2019. – 281 с.
20. Дафт, Ричард Л. Менеджмент: [перевод с английского] / Л. Дафт. –Спб.: Питер, 2016. –863 с.
21. Данько, Т.П., Менеджмент и маркетинг, ориентированный на стоимость: Учебник / Т.П. Данько - М.: ИНФРА - М, 2016 – 416 с.
22. Дойль, П. Маркетинговое управление и стратегии : учебник / П. Дойль. – СПб : Питер, 2015 – 115 с.
23. Ермасов, С. В. Инновационный менеджмент / С. В. Ермасов, Н. Б. Ермасова. –М.: Высшее образование, 2017. –505 с.
24. Зайцев, Л. Г. Стратегический менеджмент / Л. Г. Зайцев –М.: Экономистъ, 2016. –416 с.
25. Зуб, А. Т. Антикризисное управление организацией: учебное пособие / А. Т. Зуб -М. : ИД "ФОРУМ", ИНФРА-М, 20 с.
26. Информационный портал малого и среднегобизнеса РФ [Электронный ресурс] –Режим доступа : www.mbrk.ru.

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/otchet-po-praktike/393569>