

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/92896>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Менеджмент

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

1. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ 5

1.1 Сущность стратегического управления и планирования 5

1.2 Основные этапы разработки и реализации стратегий 15

2. ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 25

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 30

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 32

противоположных взгляда на понимание стратегии.

В первом случае стратегия – это конкретный долгосрочный план достижения некоторой цели, а выработка стратегии – это процесс нахождения некоторой цели и составление долгосрочного плана. Такой подход основывается на том, что все возникающие изменения предсказуемы, происходящие в среде процессы носят детерминированный характер и поддаются полному контролю и управлению.

Во втором случае под стратегией понимается долгосрочное качественно определенное направление развития предприятия, касающееся сферы, средств и формы ее деятельности, системы внутрипроизводственных отношений, а также позиций предприятия в окружающей среде.

При таком понимании, стратегию можно охарактеризовать как выбранное направление деятельности, функционирование и рамках которого должно привести организацию к достижению стоящих перед ней целей.

В настоящее время в России стратегический менеджмент находится в стадии становления, т.к. российская экономика прошла более короткий путь развития рыночных отношений в сравнении с зарубежными компаниями, что обуславливает более медленное внедрение технологий стратегического управления. Но уже сейчас на государственном уровне ощущается потребность в совершенствовании стратегического менеджмента по всем направлениям деятельности.

В отечественной теоретической литературе в сфере стратегического управления также, как и в зарубежной есть много определений термина «стратегия» и продолжают появляться новые, но основной трудностью для исследований в области стратегического менеджмента в России является отсутствие достаточно широкой научнопрактической базы, которая есть у зарубежных исследователей в этой сфере.

Согласно определению Б.Г. Литвака, стратегия – это управленческий инструмент, который включает в себя: долговременные масштабные задачи, обуславливающие деятельность компании; методы, посредством которых осуществляется достижение стратегических задач; возможности, применяемые для достижения стратегических задач; систему менеджмента, позволяющую достигать стратегические задачи. [7]

Согласно определению А.Т. Зуба, стратегия – это обобщенная схема действий, которые нужны для осуществления поставленных долгосрочных задач с помощью организации и распределения возможностей предприятия.

С.А. Попов дает формулировку единой стратегии фирмы как ее деловой теории существования и формирования на конкретное стратегическое будущее, изложенную в виде механизма главных управленческих решений и проекта четких функций, способных осуществить данную теорию и обеспечить фирме конкурентные привилегии и оптимальную эффективность. [8]

В практической деятельности стратегического менеджмента Б.Г. Литвак разграничивает стратегии на конкретные, точно изложенные руководством компании, и не конкретные, то есть стратегии предприятия, которые не существуют в виде грамотно обдуманных и утвержденных руководством компании определений.

По типу преобразований, которые осуществляются в деятельности компании, Б.Г. Литвак акцентирует внимание на стратегиях ограниченного роста, роста, сокращения и их комбинирование. Для

сформировавшихся компаний стратегия ограниченного роста наиболее свойственна. У них есть возможности, технологии, управление, то есть всё, что необходимо для осуществления эффективной деятельности.

Стратегические задачи в этих компаниях организуются по принципу «от достигнутого» и не подразумевают стремительных преобразований в работе. [7] Стратегии роста предусматривают получение значительно более масштабных показателей деятельности компании, например, таких как: увеличение количества производимых товаров или предоставления услуг; освоение других видов деятельности; обновление и развитие производства; реорганизация системы менеджмента; увеличение имеющихся рынков реализации или поиск новых. [7]

Стратегия сокращения применяется тогда, когда по различным обстоятельствам для администрации компании более рациональным оказывается сокращение количества производимых товаров или оказываемых услуг, прекращение функционирования одного из направлений деятельности, ликвидации компании. Для стратегии сокращения свойственно уменьшение уровня задач, относительно тех, которые планировались заранее. [7]

Из масштабных стратегий конкуренции можно выделить такие как: [7] □ минимизация издержек, □ фокусирования, □ дифференциации, □ инноваций, □ быстрого реагирования.

Теория стратегического управления впервые была всенародно озвучена Игорем Ансоффом на конгрессе в мае 1973 года, подготовленном Высшей школой менеджмента при Университете Вандербилта.

Автор дает формулировку, в соответствии с которой стратегия - это «набор правил для принятия решений, которых компания придерживается в своей работе». Исследователь выделяет принципы для четырех видов стратегий: [2, 3]

1. Принципы, применяющиеся при анализе показателей работы компании на данный момент и в будущем. Качественные критерии анализа чаще всего называют ориентиром, а количественные составляющие - задач.
2. Принципы, на которых строятся взаимоотношения предприятия и её внешней среды, по которым выявляется, какие типы товаров, методики их продвижения будет развивать стратегия, где и как реализовывать свою продукцию, как именно преобладать над своими соперниками. Данный блок правил называется продуктово-рыночной или бизнес-стратегией.
3. Принципы, регулирующие отношения и операции в самой компании, называемые организационной концепцией.
4. Принципы, соответственно которым компания осуществляет свою ежедневную работу, называемые главными оперативными методами. [2, 3]

Согласно представлениям Ансоффа, у стратегий есть конкретные характерные особенности: [2]

-□ этап развития стратегии не заканчивается каким-то моментальным манёвром и нередко завершается постановкой единых целей, движение по которым принесет укрепление и стабилизацию положения компании;

-□ выбранная и обоснованная стратегия должна быть осуществлена;

-□ потребность в стратегии аннулируется, в случае если реальный процесс формирования приведет компанию к желаемым целям;

-□ в процессе построения стратегии невозможно предугадать весь потенциал, который раскроется при разработке плана определенных действий;

-□ без обратной связи благоприятное применение стратегии нереально;

-□ стратегия обусловлена главными целями в деятельности предприятия, при изменении направлений, стратегия также требует преобразования;

-□ стратегия и цели могут быть заменяемы между собой в отдельных случаях, но так же и на определенных ступенях развития. [2]

Важное различие от типа бизнес - школы Гарварда - это внедрение Ансоффом обратной связи, предоставляющей интерактивность процесса развития стратегического проекта и неизменность процедуры его осуществления.

Игорь Ансофф - создатель модели, которую он назвал «вектор роста». Данная матрица предполагает применение стратегий для поддержания или расширения доли рынка: [13,14]

- вторжение на рынок;
- становление рынка;
- создание продукции;
- диверсификация.

Рекомендуемая Ансоффом схема определения типа стратегии, применяемая при ее создании, принимает в расчёт разновидность изделия и рынка (новый или старый). Их контакт и определение стратегии, обуславливаемой совокупностью «продукт-рынок», характеризуется рекомендуемой Ансоффом матрицей «продукт-рынок».

Стратегия диверсификации считается одним из самых сложных видов стратегии, который используется в крупнейших мировых предприятиях.

Связанная диверсификация – это понимание связанных, т.е. похожих видов деятельности. Стратегия связанной диверсификации может проводиться как слияние компаний, соглашения о сотрудничестве. Если выбрана такая стратегия, то предприятие направлено на изготовление похожих товаров, применяя уже имеющийся технологический потенциал производства. Также при этой стратегии возможен рост благодаря интеграции деятельности, где компания усиливает контроль за поставщиками или сама осуществляет упаковку и транспортировку продукции клиенту. Несвязанная стратегия диверсификации – это изучение совершенно нового вида деятельности. [7]

На первоначальном этапе развития стратегическое управление формировалось в рамках крупного бизнеса. Стратегия стала способом преодоления неопределенности внешней среды. Для реализации рассмотренных классических стратегий развития требовались значительные финансовые ресурсы, которыми располагают только крупные предприятия. Поэтому, менеджеру современной организации необходимо при выборе стратегии развития в первую очередь ориентироваться на финансовые возможности предприятия, а затем на остальные факторы развития. Объем финансовых ресурсов, которыми располагает предприятие для обновления и развития производства, является одним из главных ограничителей и показателей, на который нужно ориентироваться при формировании стратегии.

Итак, на основании вышеизложенного, можно сделать вывод, что стратегическое управление предприятием – это генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей. Главная задача стратегического управления состоит в том, чтобы перевести предприятие из его настоящего состояния в желаемое руководством будущее состояние.

1.2 Основные этапы разработки и реализации стратегий

Факт наличия у компании стратегии как положительно, так и отрицательно сказывается на её делах. Благоприятное воздействие обеспечивается за счет того, что стратегия: способствует установлению взаимодействия организации с внешней средой; представляет собой один из факторов стабилизации внутренних отношений; может использоваться как основа разработки стратегических программ, планов и проектов, корректирующих направление развития организации; является одним из инструментов интеграции деятельности компании межфункционального характера; позволяет наладить эффективный учет и анализ, а также контроль в связи с тем, что выступает в качестве некоего стандарта, определяющего вектор развития компании; определяет ключевые направления развития и пути достижения поставленных целей, связанных с ростом, укреплением позиции и выживанием на рынке в долгосрочной перспективе [3]. Стратегии состоят из элементов, к которым можно отнести: определенные правила, регламентирующие весь процесс их реализации, включая осуществление специфических операций, внесение изменений в организационные структуры, а также порядок внутреннего взаимодействия;

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Алфимова З.А. Стратегическое планирование на предприятии. В книге: Конкурентоспособность территорий. Материалы XIX Всероссийского экономического форума молодых ученых и студентов: в 8 частях. 2016. С. 123-125.
2. Бабалян Н.С. Стратегическое планирование - основа адаптивного управления на предприятии// Современные аспекты экономики. - 2015. - №10(218). - С. 18-23.
3. 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.
4. Бакаев А.С., Буликов С.Н. Теоретические основы стратегического планирования на предприятии. В сборнике: Шестьдесят девятая всероссийская научно-техническая конференция студентов, магистрантов и аспирантов высших учебных заведений с международным участием. Сборник материалов конференции.

Электронное издание. Ярославский государственный технический университет. 2016. С. 1843-1846.

5. Бойко М.А. Анализ особенностей отечественного опыта стратегического планирования на предприятии// Экономика и предпринимательство. - 2016. - №10-3(75-3). - С. 859-863.
6. Бугаенко М.В. Проблемы стратегического планирования на российских предприятиях и пути их решения. В сборнике: Экономика, финансы и менеджмент: тенденции и перспективы развития. Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. 2015. С. 256-258.
7. Виханский, О.С. Стратегическое управление: Учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Гардарики, 2015. – 296 с.
8. Волкова Н.Ю. Реализация стратегического планирования в процессе управления современным предприятием// Современные тенденции развития науки и технологий. - 2016. - №5-7. - С. 56-60.
9. Воронова М.А. Проблемы стратегического планирования на предприятиях России в современных условиях// Экономика. Инновации. Управление качеством. - 2015. - №3(12). - С. 89-92.
10. Голощапова В.В. Финансовое планирование, как один из основных инструментов стратегического планирования и его задачи на предприятии// Экономика и предпринимательство. - 2016. - №12-3 (77-3). - С. 654-659.
11. Гончар Е.А. Методология формирования системы внутрифирменного планирования в контексте повышения эффективности стратегического управления предприятием. Материалы международной научно-практической конференции к 50-летию Липецкого филиала Фин университета. 2016. С. 103-107.
12. Емелина Э.Р., Лапкин А.А., Полякова Т.В. К вопросу о проблемах стратегического планирования на предприятии. В сборнике: Качество продукции: контроль, управление, повышение, планирование. Сборник научных трудов Международной молодежной научно-практической конференции: в 2-х томах. Ответственный редактор: Павлов Е.В. 2015. С. 254-256.
13. Ефремова А.К., Асатурова Ю.М. Стратегическое планирование на предприятии в период финансово-экономического кризиса. В сборнике: Неделя науки СПбПУ. Материалы научной конференции с международным участием. Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого. 2016. С. 116-119.
14. Жирнов А.В., Турманидзе Х.Р. Стратегическое планирование на предприятии в период финансово-экономического кризиса// Экономика и социум. - 2015. - №2-2 (15). - С. 425-428.
15. Ищенко К.А. Современные особенности стратегического планирования на предприятии. 2015. С. 96-99.
16. Кирюхина Ю.С. Стратегическое планирование на предприятии. В сборнике: Проблемы и перспективы развития науки в России и мире. Сборник статей международной научно-практической конференции: в 7 частях. 2016. - С. 18-19.
17. Коростина А.А., Романова А.Н. Значение стратегического планирования в управлении предприятием// NovalInfo.Ru. - 2016. - № 56. - С. 259-264.
18. Куксова А.В., Коломыц О.Н. Методы планирования в системе стратегического управления предприятием// Новая наука: Проблемы и перспективы. - 2016. - №51(79). - С. 129-132.
19. Лытнева Н.А., Болебе Н.А. Стратегическое планирование в механизме управления предприятием. Сборник научных статей студентов, магистрантов, аспирантов, молодых ученых и преподавателей. Пермь, 2016. С. 57-58.
20. Макарова А.Э. Стратегическое планирование на предприятии// Экономика и социум. - 2016. - №4-1(23). - С. 1172-1174.
21. Моисеенко Ж.Н., Шароватова Т.И., Дармостук Е.А., Смолякова К.А. Стратегическое планирование на предприятиях в современных условиях. В сборнике: Современное состояние и приоритетные направления развития аграрной экономики в условиях импортозамещения. Материалы международной научно-практической конференции. Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, Департамент научно-технологической политики и образования, Донской государственный аграрный университет; Редакционная коллегия: А.И. Клименко, А.А. Громаков, Т.А. Мирошниченко, Т.Н. Мишустина, С.В. Подгорская. 2015. С. 134-137.
22. Муканов А.Х. Зарубежный опыт стратегического планирования на предприятиях. Сборник научных трудов Международной научно-практической конференции. 2015. С. 95-98.
23. Мурshed К. Организация стратегического планирования коммерческой деятельности на предприятии. В сборнике: Проблемы управления в социально-гуманитарных, экономических и технических системах. Материалы всероссийской (заочной) научно-практической конференции: в 2-х частях. 2016. С. 103-105.
24. Остринская Е.Г., Карпов В.В. Вопросы совершенствования системы стратегического финансового планирования на предприятии. В сборнике: Актуальные вопросы развития экономики. Материалы

международной научно-практической конференции. Под редакцией В.В. Карпова и А.И. Ковалева; Омский филиал Финансового университета при Правительстве РФ. 2015. С. 57-62.

25. Пальчикова И.С. Особенности стратегического планирования на предприятиях. В сборнике: Новейшие достижения в науке и образовании: отечественный и зарубежный опыт. 2015. С. 108-109.

26. Патрахина Т.Н. Место и роль стратегического планирования в процессе управления современным предприятием// Молодежный научный форум: общественные и экономические науки. - 2017. - №1(41). - С. 321-326.

27. Патрогин А.Ю., Разиньков П.И. Проблемы стратегического планирования и управления на предприятии. В сборнике: Проблемы управления в социально-гуманитарных, экономических и технических системах. Сборник научных трудов преподавателей, аспирантов, магистрантов, студентов факультета управления и социальных коммуникаций. Под общей редакцией И.И. Павлова, ответственный за выпуск: Ильин О.Ю. Тверь, 2015. С. 173-179.

28. Потапова И.И., Францева И.Н., Боброва Л.Ю. Стратегическое планирование как форма управления предприятием. Под общей редакцией Д. П. Ануфриева. 2016. - С. 246-249.

29. Пучкова Н.С. Проблемы стратегического планирования и управления на предприятии// Studium. - 2016. - №4-2(41). - С. 28.

30. Рахметова Ж.М. Стратегическое планирование на современном предприятии. В сборнике: Экономика, финансы и менеджмент: тенденции и перспективы развития. Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. 2016. С. 107-111.

31. Саклакова Е.В., Деникаева Р.Н. Структура капитала как важнейший параметр стратегического планирования на предприятии. 2016. С. 221-236.

32. Самохина А.А., Сычева Э.В. Функция стратегического планирования при борьбе с кризисом на предприятии. В сборнике: Экономическая безопасность: правовые, экономические, экологические аспекты. Сборник научных трудов Международной научно-практической конференции. 2017. С. 235-237.

33. Смирнова О.П. Стратегическое планирование на крупных российских предприятиях. В сборнике: Молодежь и XXI век – 2016. Материалы VI Международной молодежной научной конференции: в 4-х томах. 2016. С. 345-348.

34. Федорова И.М. Стратегическое планирование: качество управления предприятием// Актуальные проблемы экономики современной России. - 2016. - №3. - С. 465-470.

35. Шалаев А.В., Коробков Е.В. Стратегическое планирование на сельскохозяйственных предприятиях: современное состояние и перспективы развития// Вестник Воронежского государственного аграрного университета. - 2015. - №3(46). - С. 158-163.

36. Энгельгардт О.О. Стратегическое планирование на предприятии. В книге: Конкурентоспособность территорий. Материалы XIX Всероссийского экономического форума молодых ученых и студентов: в 8 частях. 2016. - С. 222-225.

37. Якупова А.В. Принципы стратегического планирования на предприятии// NovalInfo.Ru. - 2016. - №56. - С. 324-329.

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/92896>