

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/gotovye-raboty/kursovaya-rabota/124693>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Стратегический менеджмент

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

1 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНСТРУМЕНТОВ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА 5

1.1 Сравнительная характеристика инструментов разработки стратегии организации 5

1.2 Система показателей и критериев, получаемых с использованием инструментов разработки стратегии организации 8

1.3 Процесс разработки стратегии организации с использованием инструментов стратегического менеджмента 10

2 АНАЛИЗ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНСТРУМЕНТОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ДЛЯ ЕЕ РАЗРАБОТКИ 12

2.1 Стратегический анализ реализации стратегии ЗАО «Курскхлеб» 12

2.2 Формирование модели применения инструментов разработки стратегии ЗАО «Курскхлеб» 20

2.3 Оценка результативности использования инструментов разработки стратегии ЗАО «Курскхлеб» 31

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 32

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 33

.....

ВВЕДЕНИЕ

В общем виде стратегия представляет собой предусмотренное на долгосрочный период генеральное направление развитие организации, которое должно привести ее к какой-либо цели.

Стратегический менеджмент выявляет риски, которые могут появиться относительно той ситуации, в которой находится фирма.

Это предусматривает полный обзор всех направлений, созданных для достижения целей организации который реализуются благодаря использованию внутренних ресурсов, количество которых всегда ограничено.

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что в современных реалиях, когда поведение конкурирующих между собой организации становится все более агрессивным, такое явление как конкурентная стратегия приобретает актуальность в стратегическом развитии любого предприятия. Это вынуждает организации уделять конкурентным стратегиям приоритетное значение.

Проблемой исследования заключается в формировании мероприятий, направленных на повышение конкурентоспособности организации, которые будут реализованы благодаря созданию стратегии, которая позволит создать конкурентные преимущества, принципиально отличающих организацию от ее конкурентов. Целью курсовой работы является анализ инструментов разработки стратегии организации.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- провести сравнительную характеристику инструментов разработки стратегии организации;
- проанализировать систему показателей и критериев, получаемых с использованием инструментов разработки стратегии организации;
- рассмотреть процесс разработки стратегии организации с использованием инструментов стратегического менеджмента;
- провести стратегический анализ реализации стратегии ЗАО «Курскхлеб»;
- рассмотреть формирование модели применения инструментов разработки стратегии ЗАО «Курскхлеб»;
- провести оценку результативности использования инструментов разработки стратегии ЗАО «Курскхлеб».

Объектом курсового исследования являются инструменты разработки стратегии организации.

Предметом: применение инструментов разработки стратегии ЗАО «Курскхлеб».

В первой главе рассмотрена теоретическая база, направленная на изучение стратегии повышения конкурентоспособности.

Во второй главе произведен общий анализ ЗАО «Курскхлеб», выявление сильных и слабых сторон организации, а также разработка стратегии, направленной на повышение конкурентной способности предприятия.

1 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНСТРУМЕНТОВ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА

1.1 Сравнительная характеристика инструментов разработки стратегии организации

Конкурентная стратегия — это некий долгосрочный план, который включает в себя ряд методов и средств, направленных на достижение определенных целей, благодаря которым будет достигнуто превосходство в предложении тех товаров и услуг, которые превосходят аналогичное предложение конкурента.

Главными двумя факторами, на которые обращают внимание при разработке конкурентной стратегии является цель, которую компания преследует на рынке, а также то, что является основной конкурентного преимущества.

Основополагающей задачей конкурентной стратегии является выявление места в отрасли, которое позволит быть максимально защищенным от конкуренции со стороны других компаний, либо самим влиять на эти компании. Только детальный и тщательный анализ каждой изучаемой составляющей позволит организации создать конкурентную стратегию, которая позволит справиться с соперничающей стороной.

Разработка конкурентной стратегии компании включает в себя несколько этапов:

1. Анализ общего состояния рынка, благодаря которому можно дать характеристику рыночным отношениям, численности потребителей, объемам производства на рынке, уровню цены на продукцию, общее количество игроков на рынке, спрогнозировать будущее состояние рынка.
2. Оценка конкурентной позиции организации. Благодаря данной оценки можно выявить уровень развитости конкуренции, насколько она агрессивна, выявить к какому виду рыночной структуры можно отнести организацию.
3. Выявление сильных и слабых мест внутри организации, которое анализируется на основе: оценки внешней и внутренней среды организации, а также внутреннего потенциала организации.
4. Выявление конкурентных преимуществ организации. Данное конкурентное преимущество может приобретено благодаря наиболее низкой цене на рынке, удовлетворению некой специфической потребности потребителя, высокого уровня сервиса, предоставление высокого уровня ассортимента и т.п.
5. На основе выполненных выше пунктов анализа, подбирается максимально подходящая конкурентная стратегия. Также вместе с основной стратегией, производится разработка конкурентных альтернатив с учетом их эффективности.

Когда речь идет о разработке конкурентной стратегии, не стоит забывать о том, что должна быть соблюдена иерархия планирования, поэтому стратегия должна учитывать все обозначенные цели и задачи организации.

Поэтому грамотное создание стратегии начинается с анализа нынешнего рынка и положения организации внутри него. Важно не забывать, что конечной задачей стратегии является не ее создание, а правильное внедрение в деятельность организации. Когда конкурентная стратегия попадает в руки руководству компании, после утверждения она получает силу организационно-распорядительного документа. После чего организация начинает действия, связанные с ее внедрением.

В современных реалиях рыночной экономики все с большим ходом увеличивается конкуренция на рынке. Одной из причин этому является производство товаров-аналогов, которые рассматриваются потребителем не только по причине более низкой цены, но также и в связи с большим удовлетворением потребностей. Своевременная обратная связь, направленная на анализ требований потребителя, является достаточной тяжелой задачей. Помимо этого, организации необходимо не только учитывать все запросы потребителя, важно также определять факторы влияющие на деятельность организации напрямую либо косвенно, а также оценить их важность.

Майкл Портер утверждал, что необходимо разделять факторы влияющие на конкурентоспособность предприятия, в первую очередь на основные и развитые.

Основными факторами являются те факторы, которые образовались в результате продолжительного исторического развития, либо вследствие влияния природы, например, климата, географического положения, природных ресурсов.

Развитые факторами являются факторы, создаваемые государством благодаря внушительным затратам.

Это может быть современная инфраструктура, производство, использующее высокие технологии, а также квалифицированный кадровый персонал.

Также М. Портер разделял факторы на общие и специализированные. К общим факторам относятся те, которые применяются в широком спектре отраслей и относятся к производству всевозможной продукции. К таким факторам относятся: персонал с высшим образованием, технология получения электричества, дебетовый капитал и др. Специализированные факторы — это те факторы, применение которых возможно в какой-то одной отрасли. Это, например, венчурный капитал либо персонал с узконаправленной специализацией.

Некоторые авторы разделяют данные факторы на семь основных категорий:

1. По происхождению: основные и развитые.
2. По специализации: общие и специализированные.
3. По сфере действия: Микроэкономические, макроэкономические и отраслевые (мезоэкономические).
4. По этапам характеру воздействия: благоприятные и неблагоприятные.
5. По интенсивности воздействия: малозначительные, значительные и очень значительные.
6. По социально-экономической природе: ресурсы и инфраструктура.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1) Положение о персонале ЗАО «Курскхлеб»
- 2) Армстронг М., Практика управления человеческими ресурсами: Учебник / М. Амстронг - Издательство «Питер», 2015-824 с.
- 3) Астахова, Н. И. Менеджмент: учебник для прикладного бакалавриата / Н. И. Астахова, Г. И. Москвитин; под общей редакцией Н. И. Астаховой, Г. И. Москвитина. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 422 с.
- 4) Гапоненко, А. Л. Менеджмент: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. Л. Гапоненко; ответственный редактор А. Л. Гапоненко. — Москва: Издательство Юрайт, 2018. — 396 с. —
- 5) Дейнека А. В. Управление персоналом: Учебник / А. В. Дейнека. — М.: Издательская торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. — 292 с.
- 6) Епишкин И.А. Управление человеческими ресурсами: Учебное пособие / И.А. Епишкин «Менеджмент». –М.: МИИТ, 2018. – 242 с.
- 7) Жданкин Н.А. Инновационный менеджмент: учебник / Н.А. Жданкин. — Москва: КНОРУС, 2017. — 316 с.
- 8) Зарецкий А.Д. Менеджмент: учебник/А.Д. Зарецкий, Т.Е. Иванова. —М.: КНОРУС, 2016. —268с.
- 9) Иванова, И. А. Менеджмент: учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 305 с
- 10) Калмыкова О.Ю. Управление персоналом организации: Учеб. пособие / О.Ю. Калмыкова, Г.П. Гагаринская, Е.В. Мюллер. – Самара: ФГБОУ ВПО «Самарский государственный технический университет», НОУ ВПО «Поволжский институт бизнеса», 2016. – 330 с.
- 11) Костенко, Е. П. История менеджмента: учебное пособие / Е. П. Костенко, Е. В. Михалкина; Южный федеральный университет. – Ростов-на Дону: Издательство Южного федерального университета, 2018. – 606 с.
- 12) Кравченко А.И. История менеджмента: учебник/А.И. Кравченко М.: Академ. Проект: Трикста, 2019. — 560 с.
- 13) Красина Ф.А. Управление персоналом: Учебное пособие. — Томск: Томский межвузовский центр дистанционного образования, 2017. — 177 с.
- 14) Мальцева, С. В. Инновационный менеджмент : учебник для академического бакалавриата / под ред. С. В. Мальцевой. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 527 с.
- 15) Маслова, В. М. Управление персоналом: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. М. Маслова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 492 с.
- 16) Организация обучения персонала в компаниях и сотрудничество предприятий с системой профессионального образования. Информационный бюллетень. – Москва: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2016. – 40 с.
- 17) Петров, А. Н. Менеджмент в 2 ч. Часть 1.: учебник для академического бакалавриата / А. Н. Петров; ответственный редактор А. Н. Петров. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 349 с.
- 18) Психология и этика делового общения: Учебник для вузов /Под ред. проф. В.Н. Лавриненко. — 4-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 415 с.

- 19) Разумов И.В. История менеджмента/ И.В. Разумов – Ярославль: ЯрГУ, 2017. – 120с.
- 20) Семиглазова В.А. Инновационный менеджмент: Учебное пособие/ В.А. Семиглазов.-Томск: ЦПП ТУСУР, 2014. -172 с.
- 21) Слободской А.Л. Обучение персонала организаций: учеб. пособие / А.Л. Слободской. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2018. – 124 с.
- 22) Степанова И.П. Инновационный менеджмент/ И.П. Степанова. -Саратовский социально-экономический институт (филиал) ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова». – Саратов, 2017. – 124 с.
- 23) Управление персоналом: учеб.-метод. пособие / И.Б. Тесленк; Владим. гос. ун-т им. А. Г. и Н. Г. Столетовых. – Владимир: Изд-во ВлГУ, 2015. – 80 с.
- 24) Управление персоналом: Учебник для вузов /Под ред. Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремина. — 2-е изд., перераб. и доп. — М: ЮНИТИ, 2017. —560 с.
- 25) Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент. Учебник, 4-е изд./ Р.А. Фатхутдинов — СПб.: Питер, 2018. — 400 с:
- 26) Финансы: учебник / коллектив авторов; под ред. Е. В. Маркиной. — 2-е изд., стер. — М.: КНОРУС, 2017. — 432 с.
- 27) Шеламова Г.М. Деловая культура и психология общения: учебник для нач. проф. образования/ Г. М. Шеламова. — 7-е изд., стер. — М.: Издательский центр «Академия», 2017. — 160 с.
- 28) Экман П. Психология эмоций. Я знаю, что ты чувствуешь. 2-е изд. / П.Экман — СПб.: Питер, 2013. — 334 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://studservis.ru/gotovye-raboty/kursovaya-rabota/124693>