

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/kurovaya-rabota/257287>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Производственный менеджмент

ВВЕДЕНИЕ 2

1. Теоретические положения жизненных циклов компаний в цифровой экономике 3

1.1. Анализ методик определения жизненного цикла 3

1.2. Современные тенденции и этапы развития цифровизации 6

2. Анализ современных тенденций развития компаний в условиях цифровой экономики 10

2.1. Жизненный цикл мировых компаний в условиях цифровой экономики 10

2.2. Управление жизненным циклом компаний в цифровой экономике 14

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 21

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 23

ВВЕДЕНИЕ

Цифровизация все больше развивается в наше время и многие компании все больше стремятся предложить новых продуктов на рынке. Вместе с выходом новых продуктов, они развивают и другие системы взаимодействия с рынком и потребителем. На этапах жизненного цикла технологической продукции в цифровой экономике, на передний край выходит избыток технологий, которые производители каждый год показывают в новых продуктах. В результате этого жизненный цикл одного товара становится короче, однако всего такого бизнеса наоборот только растёт. Венчурные инвестиции порождают все больше технологических компаний, которые несомненно влияют на рынок и его развитие, а также на развитие жизненного цикла всей цифровой экономики.

Актуальность работы обусловлена высокой значимостью цифровизации в современном мире и развитием технологических компаний на разных этапах их жизненного цикла. Предприятия в таких условиях могут развиваться все больше, выходить на новые рынки создавать больше технологий, однако вопрос о том, когда же жизненный цикл технологий и цифровой экономики перейдет из этапа роста в стадию зрелости и спада остается открытым и наиболее важным.

Вопросу изучения жизненных циклов компаний в цифровой экономике посвящены многие работы отечественных и зарубежных ученых, которые появляются с самого основания и формирования постиндустриального общества всеобщей цифровизации.

Объект исследования – жизненный цикл компании в условиях цифровой экономики. Предмет исследования – методы анализа жизненных циклов.

Целью работы является анализ жизненного цикла мировых компаний в условиях цифровой экономики.

Задачам работы являются:

1. Анализ теоретических положений в отношении жизненных циклом товаров

2. Анализ тенденций цифрового общества

3. Анализ жизненного цикла компаний в условиях цифровой экономики

1. Теоретические положения жизненных циклов компаний в цифровой экономике

1.1. Анализ методик определения жизненного цикла

Возникновение теории организационного развития связано с концепцией формирования современной экономики и существует подобно живому организму. Организмы в процессе жизни развиваются, живут, стареют и умирают. Именно те же процессы происходят и в организациях, поэтому многие ученые еще в прошлом столетии пытались выявить зависимости и этапы существования бизнеса и товаров. Данные исследования сформировались в концепцию жизненного цикла [2].

Каждый этап сопряжен с разными трудностями, но все они образуют единую систему, которая существует и действует во времени.

Наиболее распространенной концепцией жизненного цикла является теория Н. Адизеса, которая представлена в учебных пособиях современных курсов управления организацией и товарами (Приложение А).

Наиболее характерные черты всех стадий модели жизненного цикла Адизеса можно представлять следующими этапами [2].

«Сестринское дело» — это создание бизнеса. На первом этапе формируется идея и концепция бизнеса, обсуждается тип и форма хозяйствования. На данном этапе успех требует наличия идеи и энтузиазма для ее начала и готовности рисковать, создавая свое дело. Инициаторы должны быть высоко мотивированны и иметь финансовую поддержку для реализации своей идеи, должны быть готовы влиять на рынок.

«Младенчество» — это старт начала и развития бизнеса. Основными чертами бизнеса на этой стадии выступают неясная структура, малый бюджет, отсутствие контроля и процессов работы, слабая, но открытая организационная культура, слабая субординация, временное отсутствие системы премирования и наказания. Стадия требует регулярного поступления средств и стремления создателя бизнеса работы его устойчивой организации. Когда финансовые потоки и работа организации выравниваются, начинается следующий этап ее развития.

«Давай, давай» — этап активного роста бизнеса. В данной ситуации идея начинает приносить реальные доходы, повышается эффективность, снижается нехватка средств, растут валовые объемы продаж. Бизнес функционирует в «пожарном режиме», чтобы сопоставлять идеи и ожидания и соответствовать потребностям рынка. В данный период организация может нанять много разных сотрудников. Иногда между ними будут возникать самые разные дискуссии и противоречия о путях долгосрочного развития. Для роста требуется, чтобы предприятие и его руководство понимали, что нужно и не нужно делать. Требуется административная подсистема в виде перехода от интуитивного регулирования к более профессиональным действиям. В другом случае предприятие попадает в ловушку, когда работа учредителя или акционера может стремиться к уничтожению предприятия. Решив данные проблемы, организация может приступить к следующему этапу.

«Молодость» – это период возрождения организации. Организация дальше развивает индивидуальные способности и свою идею посредством переосмысления и фазового перехода. Образуется новая система, стиль управления, организационная культура и новые бизнес-процессы. Это непростой и болезненный процесс, с частыми конфликтами и противоречиями.

Чаще всего на этом этапе меняются основные цели и как правило они переходят от непосредственного развития к чистому получению прибыли. На данном этапе яркие личности в организации начинают конфликтовать между собой за право лидерства и управления организацией в реализации своих идей. С одной стороны такое противостояние может быть полезным и приводить к процветанию, а с другой приводить к сложностям.

«Процветание» — высшая точка в кривой жизненного цикла, которая достигается балансом гибкости и доходности. В бизнесе есть понимание, что направление для достижения целей выбрано верное. Процветание в данном случае является пиковой точкой роста организации. Это показатель способности бизнеса получать высокие результаты с разной степенью и сроками реализации. В период расцвета бизнес акцентирует внимание на результат и выражает четкую организационную структуру и имеет бизнес процессы, а также связанные с ними должностные инструкции. Главное понимание часть сопряжено с умением предвидеть будущее и реализовывать свои планы, появляется рост объема продаж и прибыли. Вместе с этим формируется сеть дочерних организаций. На данном этапе уместно развивать франшизу. На данном этапе нужно как можно больше задержаться и постоянно совершенствоваться, чтобы не скатиться в стагнацию и упадок деятельности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Адизес И. Управляя изменениями [Текст] / И. Адизес. Пер. с англ. В. Кузина. – СПб.: Питер, 2011. – 224 с.
2. Алексеева И.А. Эффективное управление человеческими ресурсами в условиях организационных изменений [Текст] / И.А. Алексеева // Актуальные проблемы экономики и управления. – 2014. – № 4 (4). – С. 63-68.
3. Амосов О.Ю. Преодоление сопротивления изменениям: теоретические подходы и реализация [Текст] / О.Ю. Амосов, Н.В. Диденко // Бизнес информ. – 2013. – № 1. – С. 293-298.
4. Акбердина В. В. Цифровизация индустриальных рынков: региональные особенности // Управленец. 2018. Т. № 6. С. 78-87.
5. Восканян Е., Кривошапка И. Цифровизация экономики: влияние на управление // Эффективное антикризисное управление. 2016. № 6 (99). С. 6-11.
6. Глазьев С. Ю. Информационно-цифровая революция// Евразийская интеграция: экономика, право, политика. 2018. № 1 (23). С. 70-83.
7. Дементьев В., Устюжанина Е. // Включение отечественной экономики в глобальные цепочки создания стоимости: созидательный потенциал и риски Российский экономический журнал № 2 2016 г. с 19-34.

8. Ергин С. М. Идентификация барьеров входа в рынок для целей выбора организационных форм монополизированного рынка // Теоретическая экономика. 2016. № 5 (35). С. 7–16.
9. Зиганшина Л.Е., Ниязов Р. Р. Неэтичное продвижение лекарств фармацевтической индустрией — основной барьер к их рациональному использованию // Казанский медицинский журнал. 2013. т. 94. № 2. с. 240–244.
10. Кони́на Н. Ю. Шестой технологический уклад и менеджмент современных компаний // Вопросы экономики и права. 2014. № 69. С. 43–46.
11. Леунг К., Сяо А., Хо́бернихт М., Кэ́мп К., Кунг В., Тугрул У. Дайм. Разработка нового продукта. Управление инновациями в интеллектуальном мире под ред. Тугрул У. Дайм, Дирк Мейснер. — 2020, с. 29–43.
12. Лопес Н. М., Перейра А. С., Алвес А. С. Подходы к разработке интеллектуальных продуктов для Индустрии 4.0/Доступно по адресу:
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2351978917306704?via%3Dihub>, 2017, стр. 1215 –1222 (дата обращения 17.04.2021).
13. Тацумото Х. Промышленная конкурентоспособность и эволюция дизайна. — 2018. — С. 155–188.
14. Фаттахов Х. И., Исмагилов Р. Х. Убытки в цифровой экономике: методы выявления, оценки, снижения//Организатор производства. — 2018. — Т. 26. — № 3. С. 34–43/Доступно: DOI: 10.25065/1810-4894-2018-26-3-34-43.
15. Фаттахов Х. И., Нефедова Ю. В., Гарифуллин Р. Ф. Системы организационного управления в цифровой экономике//Вестник Казанского государственного технического университета им. А. Н. Туполева [Вестник Казанского государственного технического университета. А. Н. Туполева]. — 2017. — Т. 73. — № 4. С. 119–123.
16. Хальштедт С. И., Иса́ксон О., Рённбек А. О. Потребность в возможностях разработки новых продуктов с учетом тенденций цифровизации, устойчивого развития и обслуживания/Доступно по адресу:
<https://www.mdpi.com/2071-1050/12/23/10222/pdf>, 2020 (дата обращения 17.04.2021).
17. Huawei_P_series. [Электронный ресурс]- URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Huawei_P_series iPhone/Доступно на: <https://ru.wikipedia.org/wiki/IPhone>
18. Samsung Galaxy. [Электронный ресурс]- URL:https://ru.wikipedia.org/wiki/Samsung_Galaxy.
19. Xiaomi. [Электронный ресурс]- URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Список_смартфонов_Xiaomi

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/kurovaya-rabota/257287>