

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/269045>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Стратегический менеджмент

ВВЕДЕНИЕ 3

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЕ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ ОДИНОЧНОГО БИЗНЕСА 5

1.1. Сущность и содержание понятие стратегии организации 5

1.2. Классификация стратегий организации 7

1.3. Методы стратегического анализа для формирования стратегии организации 11

ГЛАВА 2. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПАО «МАГНИТ» 14

2.1. Организационно-экономическая характеристика организации 14

2.2. Стратегический анализ внутренней и внешней среды организации 16

3. РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПАО «МАГНИТ» 19

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 22

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК 24

ПРИЛОЖЕНИЯ 26

Актуальность настоящей курсовой работы обусловлена необходимо-стью развивать методы формирования эффективных стратегий торговых ор-ганизаций в рамках одиночного бизнеса. Для разработки оптимальной стра-тегии одиночного бизнеса организация должна четко представлять на каком уровне находится ее параметры, какую позицию она занимает на рынке и какие факторы влияют на организацию наиболее значительно. Получить эти сведения можно в результате применения методов стратегического анализа. Для торговых предприятий он нужен, прежде всего, как этап разработки стратегии развития. Совершенствование и апробация методики разработки стратегии одиночного бизнеса ведут к оптимизации методология страте-гического управления и поиска эффективных путей стратегического развития торговых организаций.

Цель курсовой работы состоит в разработке стратегии развития ПАО «Магнит»».

Постановка данной цели обусловила решение следующих задач:

- 1) изучить теоретические основы портфельного анализа для фор-мирования стратегии организации;
- 2) провести стратегический анализ ПАО «Магнит» и на его основе разработать стратегию его развития.

В качестве объекта данной работы рассматривается стратегия одиноч-ного бизнеса торгового предприятия.

Предметом работы является процесс разработки стратегии развития ПАО «Магнит».

Объектом наблюдения является ПАО «Магнит».

Основными методами, используемыми в работе, являются компаратив-ный анализ источников, PEST-анализ, SWOT-анализ, матрицы БКГ и MacKinsey.

Практическая значимость работы заключается в том, что её результаты могут быть рекомендованы для использования в дальнейшем страте-гическом развитии ПАО «Магнит»

Структура работы отражает логику, содержание и результаты прове-денного исследования. В этой связи работа состоит из введения, двух глав, заключения, включающие обобщение и выводы, рекомендации и перспекти-вы исследования, списка литературы, состоящего из 16 источников, из них - 2 на английском языке; 2 приложений. В первой главе рассмотрены теоре-тические основы портфельного анализа для разработки стратегии организа-ции. Вторая глава посвящена стратегическому анализу ПАО «Магнит».

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЕ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ ОДИНОЧНОГО БИЗНЕСА

1.1. Сущность и содержание понятие стратегии организации

Стратегическое управление в подобных отраслях представляет собой не только формирование будущих параметров, которые должны характе-ризовать состояние компании, но и формирование базы для принятия эффектив-ных стратегических решений, нацеленных на достижение миссии компании.

Для ясного понимания сущности современной стратегии развития хол-динговых компаний рассмотрим ее

типичную структуру (рис. 1.1) [5, с. 100].

Рисунок 1.1 – Структура стратегии развития предприятия

На рисунке 1.1 продемонстрировано, что стратегические цели полностью определяют функционирование холдинговой компании на ближайшее будущее, при этом видно, что технологии и ресурсы используются для достижения выделенных целей. Важным элементом стратегии является учет параметров системы управления, в свою очередь, персонал, как значимая ее часть.

В.И. Малюк считает, что «функционирование предприятия делится на процессы, которые специфичны по характеру деятельности, по желаемым целям, располагая конкретными ресурсами, технологиями и уровнем развития менеджмента. Все это объясняет множество классификационных признаков, которые лежат в основе стратегического развития предприятия» [8, с. 47].

Часто понятие «стратегия развития» используется в предпринимательской среде и применима практически ко всем сферам бизнеса.

Рассмотрим определение стратегии. Многие авторы обращались к этому термину, однако, по нашему мнению, подходы к нему можно обобщить в следующем определении: стратегия представляет собой комплексную модель поведения компании (или план), которая синтезирует значимые (стратегические) цели компании, а также отражает ее политику и способы достижения стратегических целей в единый комплекс [10, с. 64]

Сущность стратегии как комплексной модели поведения, состоит не только в генерации и соблюдении неких правил на целевых рынках, но и в поддержании фундаментальной основы коммерческой деятельности любой организации, следовательно, она преобразуется в механизм коллективного восприятия миссии организации и функционирования в установленных рамках. Кроме того, стратегия обычно включает различные элементы: от правил функционирования, регламентирующих всю деятельность предприятия, как в отношении к товарам и процессам, так и к клиентам и поставщикам, до собственных интересов компании, ее социальных обязательств и управленческих принципов. Если стратегия разработана правильно, то она структурирует ресурсы компании (которые обычно ограничены) самым оптимальным способом, который можно выбрать с учетом постоянной трансформации внешней и внутренней сред [6, с. 82].

Важно понимать, что стратегия содержит в себе не только долгосрочные цели компании, она должна включать детализацию целей до средне-срочных и краткосрочных, кроме того, все цели должны быть обеспечены конкретными задачами, которые, в свою очередь, должны быть распределены между подразделениями и конкретными сотрудниками. Отдельное место в любой стратегии занимает экономическое обоснование объемов, структуры и источников инвестиций, которые требуются для реализации целей и задач [12, с. 46]. Разработку окончательного варианта стратегии должно предварять финансовая оценка различных долгосрочных альтернатив.

Синтезируя все вышесказанное, можно сделать вывод, что стратегия развития компании, это, прежде всего, способ (метод, механизм) достижения желаемых результатов по всем функциональным областям деятельности компании. Таким образом, мы возвращаемся к тезису о том, что стратегия, это обобщенная модель управления компанией, формирующая глобальный образ мышления всего ее персонала. Рассмотрим этапы, которые необходимо пройти для разработки стратегии развития (рис. 1.2) [].

Рисунок 1.2 – Процесс разработки стратегии организации

Как видно из рисунка 1.2, разработка стратегии должна осуществляться непрерывно, поскольку организация должна гибко реагировать на изменения внешней среды и корректировать свои цели.

1.2. Классификация стратегий организации

Рассмотрим, какие стратегии необходимо выбирать компаниям, которые по-разному позиционируют себя на рынках. Выбор стратегии – это сложный многоаспектный процесс, который включает в себя определенное количество стадий, в том числе:

- 1) анализ рыночной ситуации;

2) оценку конкурентной позиции компании (рыночная доля).

При этом рыночная позиция компании, связана с ее стратегическими задачами. Стратегические задачи обычно связаны с тем на какой рынок ориентировается фирма, т.е. есть ли у нее намерение выходить на мировой, национальный или региональный рынок.

Обычно подобные стратегии разделяют на три направления: 1. для отраслевых лидеров; 2. для компаний, которые планируют следовать за уже определившимся лидером; 3. для компаний-банкротов [11, с.300].

1. Базиян, Н. Р. Стратегический менеджмент / Н. Р. Базиян. — Москва : Юриспруденция, 2018. — 510 с.
2. Бочарников, В. П. Основы системного анализа и управления организациями. Теория и практика / В. П. Бочарников, И. В. Бочарников, С. В. Свешников. — 2-е изд. — Москва : ДМК Пресс, 2018. — 286 с.
3. Гаршин, А. С. Особенности стратегического управления / А. С. Гаршин. // Молодой ученый. — 2017. — № 26 (160). — С. 99-102
4. Евстафьева, И. Ю. Финансовый анализ : учебник и практикум для вузов / И. Ю. Евстафьева [и др.] ; под общей редакцией И. Ю. Евстафьевой, В. А. Черненко. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 337 с.
5. Кузнецова, Е.В. Управление портфелем проектов как инструмент реализации корпоративной стратегии [Текст]: учебник для бакалавриата и магистратуры /Е.В. Кузнецова – 2-е изд. исп. и доп. – М.: Юрайт, 2017. – 244 с.
6. Кыштымова, Е.А. Стратегический менеджмент: современные концепции / Е.А. Кыштымова, Д.О. Медик // Символ науки. – 2017. – №2. – С. 82-84
7. Левушкина, С. В. Стратегический менеджмент : учебное пособие для вузов / С. В. Левушкина. – Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, Секвойя, 2017. – 80 с.
8. Панов, А. И. Стратегический менеджмент : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению (080100) «Экономика и управление» / А. И. Панов, И. О. Коробейников, В. А. Панов. – 3-е изд. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 304 с.
9. ПАО «Магнит» [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: <https://www.magnit.com/ru/> (дата обращения 22.12.2021)
10. Попов, С. А. Актуальный стратегический менеджмент. Видение — цели — изменения : учебно-практическое пособие / С. А. Попов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 447 с.
11. Сидоров, М. Н. Стратегический менеджмент : учебник для среднего профессионального образования / М. Н. Сидоров. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 158 с.
12. Тебекин, А. В. Стратегический менеджмент : учебник для среднего профессионального образования / А. В. Тебекин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 333 с.
13. Томпсон, А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии : учебник для вузов / А. А. Томпсон, Стрикленд Дж. А. ; под редакцией Л. Г. Зайцев, М. И. Соколова. – М: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 577 с.
14. Трофимова, Л. А. Менеджмент. Методы принятия управленческих решений : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. А. Трофимова, В. В. Трофимов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 335 с.
15. Якушева, В. В. Разработка стратегии развития организации [Текст] / В. В. Якушева // Молодой ученый. – 2017. – №51. – С. 201-204.
16. Porter, M.E., Kramer, M.R. Creating shared value. In Managing Sustainable Business // Springer, Dordrecht, 2018, pp. 327-350
17. Siadat M., Hammarlid O. Net Stable Funding Ratio: Impact on Funding Value Adjustment // Quantitative Finance, Jan 2017, URL: <https://arxiv.org/pdf/1701.00540.pdf>

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/269045>