

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/315074>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Экономика предприятия

Введение 3

Глава 1 Теоретические аспекты разработки стратегии развития фирмы 5

1.1 Понятие и основы разработки стратегии развития фирмы 5

1.2 Характеристика стратегий для современных фирм 9

Глава 2 Анализ реализации стратегии ПАО «Сбербанк России» 16

2.1 Характеристика стратегии ПАО «Сбербанк России» 16

2.2 Оценка результатов деятельности ПАО «Сбербанк России» 21

2.3 Предложения по улучшению стратегии в банке 28

Заключение 32

Список использованных источников 34

Актуальность темы исследования. На сегодняшний день управленческая деятельность затрагивает все аспекты деятельности человечества. В эпоху всеобщей глобализации и скоростной передачи данных изменчивость экономической среды достигла наивысших оборотов. Способность организации предсказывать возможные изменения и адаптироваться к ним наиболее оперативно может обеспечить победу в конкурентной борьбе. Если до недавнего времени стратегическое управление в большей степени касалось исключительно крупных фирм, сейчас даже представители малых предприятий должны строить планы согласно выбранной стратегии.

Так как число современных фирм неуклонно растет, конкуренция в данном секторе экономики также возрастает. Для того, чтобы предприятие могло обеспечить себе высокую конкурентоспособность, оно должно выявить у себя (или создать) конкурентное преимущество.

Для того, чтобы избежать разного рода ошибок, владельцу малого предприятия следует знать основные положения, касающиеся стратегического управления, такие как принципы стратегического управления, основные этапы влияющие на формирование стратегии. Внедрение стратегического управления необходимо для организаций всех масштабов; стратегическое управление – системный процесс, подходя к которому следует иметь базовые знания о построении и реализации стратегии – следовать алгоритму формирования стратегии, а также соблюдать принципы стратегического планирования. Этим подчеркивается актуальность выбранной темы работы.

Степень разработанности проблемы исследования. Исследованию аспектов разработки и реализации стратегии развития фирмы посвящены труды И. Ансоффа, Д.В. Гайдунько, В.В. Киселева, Ф. Котлера, Ж.-Ж. Ламбена, П. Смита и др.

Цель данной курсовой работы – рассмотрение существующих в настоящее время стратегий развития фирмы, а также определение путей повышения их эффективности.

Для того чтобы достичь поставленной цели, необходимо решить следующие задачи:

- изучить понятие и основы разработки стратегии развития фирмы;
- рассмотреть характеристики основных стратегий развития фирмы;
- исследовать маркетинговую стратегию субъекта экономики;
- оценить результаты деятельности субъекта экономики;
- определить рекомендации по улучшению стратегии развития субъекта экономики.

Объектом исследования является ПАО «Сбербанк России».

Предметом изучения выступают разработка и реализация стратегии развития ПАО «Сбербанк России».

Теоретической базой исследования послужили нормативные документы, учебники, учебные пособия по исследуемой проблеме, научные публикации в различных изданиях и периодической печати, аналитические отчеты, источники в сети Интернет.

При написании данной курсовой работы использовались следующие методы исследований: теоретический анализ и синтез информации, аналогия и моделирование, анализ нормативных документов, наблюдение.

1.1 Понятие и основы разработки стратегии развития фирмы

Если рассматривать дословно, то знакомый всем термин «стратегия» означает «искусство развертывания войск в бою». В последнее время экономического развития России и всего мира данного рода понятие достаточно прочным образом вошло в обиход управленцев, теоретические и практические основы менеджмента как набор тех правил, которыми должны руководствоваться субъекты экономики в процессе принятия решений управленческого характера. Вместе с тем стратегия часто рассматривается и как определенного рода общий план комплексного характера, которым обеспечивалась процедура осуществления миссии и достижения целей ведения хозяйственной деятельности субъекта экономики. Непосредственным образом стратегией устанавливаются цели и самые важные направления их достижения таким образом, что компания могла получить единообразное направление действий. В связи с этим можно отметить, что стратегия устанавливает границы возможных действий субъекта экономики и решений управленческого характера, которые в нем принимают.

В современных условиях экономического развития есть достаточно большое число определений понятия «стратегия». Можно представить лишь некоторые из них.

А. Чандлером, который выступает как автор одной из первых работ в сфере ведения стратегического планирования, представлено, что стратегия является «определением важнейших долгосрочных целей и задач компании и утверждение курса действий и распределения ресурсов, которые необходимы для достижения данного рода целей».

Ученым И. Ансоффом было представлено несколько особенностей стратегии, которые отличают ее от других терминов экономической направленности:

1. Весь процесс по выработке стратегии не может быть завершен определенного рода четким действием. Обычно его заканчивает процедура определения общих направлений, продвижение по которым обеспечит укрепление позиций компании.
2. Уже четким образом сформулированная стратегия должна использоваться с целью разработки проектов стратегической направленности, методов поиска. Важнейшая роль стратегии в осуществлении поиска заключается в том, чтобы, во-первых, осуществить сосредоточение внимания на определённого рода участках или некоторых возможностях, во-вторых, выбросить все иные возможности, потому что они несовместимы со стратегией.
3. Необходимость в данного рода стратегии отпадает тогда, как только реальный ход событий сможет вывести компанию на желаемый уровень развития.
4. В процессе формулирования стратегий не могут быть предвидены все возможности, которые могут открыться при составлении проекта определенного рода мероприятий. В связи с этим приходится использовать значительным образом обобщённую, неполную и неточную информацию о разного рода альтернативах.
5. При появлении более точных информационных сведений может быть поставлен под некоторое сомнение уровень обоснованности изначальной стратегии. В связи с этим необходимой является обратная связь, которая предоставляет возможность обеспечения своевременного переформулирования стратегии субъекта экономики.

Стратегия компании представляет собой план действий (генеральный), которым определяются приоритеты задач стратегической направленности, ресурсы и последовательность шагов по достижению целей, указанных в стратегии. В качестве основной задачи стратегии выступает то, чтобы перевести субъект экономики из его сегодняшнего состояния в желаемое его руководством положение.

В.И. Трысячным стратегия рыночных субъектов определена в качестве «определенного образа действия компании, который направлен на достижение ее цели». При этом Н.Н. Беденко (и пр.) говорится, что «стратегия представляет собой конкретизацию пути развития компании исходя из динамики внешней среды посредством формулировки долгосрочных целей, поиска ресурсов по их достижению и планирования конкретных действий на перспективу». По мнению автора, стратегия представляет собой определение и реализация системы методов достижения желаемых результатов (долгосрочных целей) хозяйствующего субъекта.

Стратегия представляет собой образ действий организационного характера и управляющих подходов, которые используются для достижения организационных задач и целей субъекта хозяйствования в условиях рыночной экономики.

Определение сферы бизнеса, целеполагание, установление краткосрочных и долгосрочных задач (программ), определение стратегии достижения цели формирует стратегический план развития субъекта экономики .

Стратегия находится в зависимости от внешних и внутренних условий работы субъекта хозяйствования. Основными внешними факторами выступают такие: социальные, политические, законодательство, воздействие общества, привлекательность отрасли, рыночные угрозы и благоприятные возможности субъекта экономики. Первичными внутренними факторами, которые влияют на стратегию фирмы, выступают : сильные и слабые стороны ее деятельности, компетентность управленческой команды, ее персональные амбиции, философия и этика всей фирмы, ее культура и курсовая стоимость акций. Экономическое развитие и долгосрочная эффективная работа предприятия в значительной мере определяются выбором стратегических ориентиров, позволяющих максимально реализовать потенциал используемых в производстве ресурсов.

1. Александров, В.А. Теоретические аспекты разработки маркетинговой стратегии в банковской сфере / В.А. Александров, О.Ю. Быстрова. – Текст : непосредственный // Символ науки: международный научный журнал. – 2020. – №9. – С.34-37.
2. Алексеева, И.К. Ключевые вопросы разработки и реализации маркетинговой стратегии банка / И.К. Алексеева, А.Д. Картошкин. – Текст : непосредственный // Вестник евразийской науки. – 2021. – Т.13. – №6. – С.52-55.
3. Антипаров, Ю.А. Актуальность разработки стратегии развития для предприятий малого бизнеса / Ю.А. Антипаров. – Текст : непосредственный // Вопросы науки и образования. – 2018. – №19. – С.29-30.
4. Баева, О.Н. К вопросу об определении стратегии развития предприятия малого бизнеса / О.Н. Баева, Т.Д. Бурменко, Р.В. Шипановский. – Текст : непосредственный // Активизация интеллектуального и ресурсного потенциала регионов: новые вызовы для менеджмента компаний: материалы 3-й Всероссийской конференции. – Иркутск : БГУ, 2017. – С.12-17.
5. Беденко, Н.Н. К вопросу о формировании стратегии развития медицинской организации / Н.Н. Беденко, Н.С. Веселова, Т.С. Веселова. – Текст : непосредственный // Управление в социальных и экономических системах. – 2022. – №31. – С.7-10.
6. Бобкова, Е.Ю. Разработка стратегии развития организации / Е.Ю. Бобкова, А.В. Ибрагимова. – Текст : непосредственный // Аллея науки. – 2021. – Т. 2. – №6. – с.469-473.
7. Герасимов, Б.Н. Исследование и определение направления развития стратегии деятельности организации / Б.Н. Герасимов. – Текст : непосредственный // Менеджмент и бизнес-администрирование. – 2021. – №1. – С.81-95.
8. Гиззатуллина, Г.Р. Методические подходы к разработке стратегии развития организации / Г.Р. Гиззатуллина. – Текст : непосредственный // Научный альманах. – 2020. – №4-2. – С.27-29.
9. Горбунова, О.А. Стратегический анализ как этап выбора стратегии развития организации / О.А. Горбунова. – Текст : непосредственный // Актуальные научные исследования в современном мире. – 2018. – № 7-2 (39). – С. 76-82.
10. Епишцев, И.А. Теоретические основы разработки стратегии развития организации / И.А. Епишцев. – Текст : непосредственный // Студент. Аспирант. Исследователь. – 2021. – №8. – С.3-12.
11. Кривоусова, Н.А. Алгоритм использования матрицы Ансоффа / Н.А. Кривоусова. – Текст : непосредственный // В мире научных открытий: материалы конференции. – Ульяновск: УГАУ им. П.А. Столыпина, 2021. – С.283-285.
12. Мацегора, В.А. Стратегия развития организации: подходы и определение / В.А. мацегора. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2021. – №22. – С.206-208.
13. Мейксин, С.М. Современная фирма / С.М. Мейксин. – Текст : непосредственный // INTERNATIONAL SCIENTIFIC REVIEW OF THE PROBLEMS AND PROSPECTS OF MODERN SCIENCE AND EDUCATION: сб. науч. статей конференции. – Boston : Problems of science, 2021. – С. 29-31.
14. Наумов, Ф.С. Стратегия развития организации / Ф.С. Наумов. – Текст : непосредственный // Синергия Наук. – 2020. – №53. – С. 345-358.
15. Невмержицкая, М.С. Разработка стратегии развития организации / М.С. Невмержицкая. – Текст : непосредственный // Студенческий. – 2022. – №14-4. – С.39-42.
16. Никульников, П.Д. Комплексные стратегии развития организации / П.Д. никульников. – Текст : непосредственный // Коррекционно-педагогическое образование: электронный журнал. – 2022. – №3. – С.90-93.

17. Ошуркова, М.С. Стратегии развития организации на рынке мобильных приложений / М.С. Ошуркова. – Текст : непосредственный // Инновации. Наука. Образование. – 2021. - №28. – С.32-39.
18. Ромашина А.А. Разработка маркетинговой стратегии коммерческого банка / А.А. Ромашина. – Текст : непосредственный // Актуальные вопросы экономики и управления: сборник трудов конференции. – Смоленск: Маджента, 2021. – С.383-387.
19. Рублев, А.Н. Разработка стратегии развития организации / А.Н. Рублев. – Текст : непосредственный // Студенческий вестник. – 2022. - №20-14. – С.63-54.
20. Савельева, Н.А. Стратегический менеджмент / Н.А. Савельева. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2015. – 382с. - ISBN 978-5-238-02371-7.
21. Трысячный, В.И. Система принципов формирования стратегии развития организации / В.И. Трысячный. – Текст : непосредственный // Гуманитарный научный вестник. – 2022. - №2. – С.143-147.
22. Узлов, П.С. Стратегия развития организации / П.С. Узлов. – Текст : непосредственный // Синергия Наук. – 2021. - №63. – С.391-404.
23. Фаткулин, И.Р. Стратегия развития бизнеса как эффективный инструмент управления организацией / И.Р. Фаткулин. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2022. - №13. – С.68-72.
24. Худякова, А.Д. Эффективность маркетинговой стратегии в малом бизнесе / А.Д. Худякова. – Текст : непосредственный // Таврический научны обозреватель. – 2017. - №5. – С.115-117.
25. Щербаков, Е.В. Оценка эффективности стратегии развития организации / Е.В. Щербаков, А.О. Егоренко. – Текст : непосредственный // Материалы Ивановских чтений. – 2021. - №4. – С.22-25.
26. Официальный сайт ПАО «Сбербанк России» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sberbank.ru/> (дата обращения: 15.01.2023).

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/315074>