

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/349708>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Стратегический менеджмент

Введение 2

1. Разработка стратегических целей 5

1.1 Миссия организации 5

1.2 Стратегическое видение организации 5

1.3 Стратегические цели организации 6

1.4 «Дерево целей» 6

2. Анализ внешней среды предприятия 7

2.1. PEST-анализ 7

2.2 Отраслевой анализ 9

2.3 Выявить и описать конкурентов. 11

2.4 Определите конкурентное давление по пяти направлениям (по М. Портеру). 11

2.5 Карта стратегических групп 13

2.6 Основные группы влияния (стейкхолдеров) и их ключевые интересы 14

3. Анализ внутренней среды предприятия 16

3.1 Цепочка ценностей организации 16

3.2 Технологическая цепочка деятельности предприятия 19

3.3 Определить конкурентные преимущества компании на предмет соответствия ключевым факторам успеха в отрасли. 19

3.4 SNW-анализ 22

3.5 Анализ конкурентного положения 24

3.6 SWOT-анализ 28

4. Выбор общей корпоративной стратегии развития организации 31

Заключение 32

Список использованных источников 33

Управление — это целенаправленный и многократный процесс действия субъекта управления на объект управления. В качестве объекта управления выступают различные процессы: человек, коллектив, социум, механизмы, технологические процессы, агрегаты. Цивилизованное экономическое развитие любого предприятия, прежде всего, зависит от его эффективного управления, которое основано всего на достижениях и использовании современных приемов управления.

Объектом изучения в данной работе является ООО «Фирма Акварель».

Предметом — разработка стратегии и тактики развития рассматриваемой организации.

Разработка стратегии будет осуществляться для предприятия ООО «Фирма Акварель». Компания занимается предоставлением услуг в сфере гостиничного бизнеса. Бизнес представлен дизайнерским бутик-отелем на Столешниковом переулке в городе Москва.

В отеле «Акварель» предоставляются гостям: 24 номера, лобби-бар, а так же конференс зал. Численность персонала отеля составляет 18 человек: 4 администратора, 3 специалиста технической службы, 3 бармена, 2 повара, 3 горничных, управляющий отелем, бухгалтер и генеральный директор. При полной загрузке отель может вместить 48 проживающих гостей, бар вмещает 26 персон. «Акварель» позиционирует себя как отель премиального класса, средняя стоимость проживания составляет 10,000 рублей в сутки за номер категории «стандарт», 12,000 рублей за номер категории «полулюкс».

Целью данной работы является предложение рекомендаций по улучшению стратегии и тактики развития ООО «Фирма Акварель».

Задачи исследования:

- Разработать стратегические цели компании;
- Провести анализ внешней среды;
- Провести анализ внутренней среды;

– Сформулировать стратегию развития компании в соответствии с разными периодами развития.

В рамках данной работы будут применяться как теоретические, так и эмпирические методы исследования.

В частности, среди теоретических методов будут задействованы:

- метод анализа;
- метод синтеза;
- метод классификации.

Среди эмпирических методов будут использованы:

- метод сравнения;
- статистический метод;
- методы финансово-экономического анализа;
- математический метод;
- метод моделирования.

Для написания данной работы будут использоваться различные источники информации:

- учебные издания;
- научная литература;
- периодическая издания и СМИ;
- научные монографии;
- открытые интернет-источники.

В основном автор в своей работе будет опираться на расчетную базу и исследования ученых в области проектного управления и концепции современного менеджмента.

1. Разработка стратегических целей

1.1 Миссия организации

Миссия организации заключается в том, чтобы предоставить посетителям удобное и комфортное место для яркого и насыщенного отдыха.

Компания реализует свою миссию благодаря:

- Удобному месторасположению: центр Москвы;
- Продуманным дизайном;
- Комфортной инфраструктурой;
- Полноценной концепцией, которая включает зону отдыха, ресторан, а также информационный центр, который подскажет, какие магазины посетить, какие туристические маршруты выбрать, какие кафе и рестораны поблизости выбрать.

1.2 Стратегическое видение организации

Учредители компании сформировали стратегическое видение для организации:

В течение 10 лет планируется, что компания запустит сеть отелей уровня комфорт для яркого и насыщенного отдыха в крупных исторических городах России:

- Москва;
- Санкт-Петербург;
- Ярославль;
- Казань;
- Екатеринбург;
- Владивосток;
- Севастополь.

В результате отель войдет в топ-10 сетей в России.

1.3 Стратегические цели организации

Стратегические цели для достижения стратегического видения организации:

1. Создать единое концептуальное решение для реализации в городах России, исторических центрах;
2. Создать отели в городах: Санкт-Петербург, Ярославль, Казань, Екатеринбург, Владивосток, Севастополь;
3. Установить среднегодовой поток клиентов во всех городах не ниже 1 млн человек.

1.4 «Дерево целей»

Дерево целей представлено на рисунке ниже.

2. Анализ внешней среды предприятия

2.1. PEST-анализ

PEST-анализ – это инструмент для определения стратегии компании в долгосрочном периоде. Иногда его также называют STEP-анализом, но суть от этого не меняется. Период прогнозирования составляет от 3 до 10 лет. Аббревиатура PEST складывается из английских слов:

Politics (политика) – политическое окружение компании.

Economics (экономика) – экономическое окружение компании.

Socio – Culture (социум – культура) – социально-культурное окружение.

Technology (технологии) – технологическое окружение компании.

Таблица 1 – Анализ по методике PEST

Политические факторы:

- Специальная операция;
 - Санкции европейских стран;
 - Изменение законодательства в части персональных данных
- Экономические факторы:
- Рост инфляции;
 - Падение доходов населения;
 - Сокращение товарооборота с европейскими странами;
 - Ограничение валютных операций

Социальные факторы:

- Увеличение доли женского населения;
 - Снижение рождаемости;
- Технологические факторы:
- Цифровизация налогового регулирования;
 - Развитие онлайн-приложений;
 - Развитие искусственного интеллекта как помощника в поиске

Данные факторы оцениваются различными экспертами.

Таблица 2 – Экспертная оценка факторов

Фактор	Эксперт 1	Эксперт 2	Эксперт 3	Средняя
--------	-----------	-----------	-----------	---------

Специальная операция	4	3	3	3,3
----------------------	---	---	---	-----

Санкции европейских стран	3	4	4	3,6
---------------------------	---	---	---	-----

Изменение законодательства в части персональных данных	3	4	4	3,6
--	---	---	---	-----

Рост инфляции	4	5	4	4,3
---------------	---	---	---	-----

Падение доходов населения	4	5	5	4,6
---------------------------	---	---	---	-----

Сокращение товарооборота с европейскими странами	4	4	4	5,3
--	---	---	---	-----

Ограничение валютных операций	5	3	3	3,6
-------------------------------	---	---	---	-----

Увеличение доли женского населения	3	2	4	3
------------------------------------	---	---	---	---

Снижение рождаемости	4	3	3	4,3
----------------------	---	---	---	-----

Цифровизация налогового регулирования	3	2	2	2,3
---------------------------------------	---	---	---	-----

Развитие онлайн-приложений	3	3	3	3
----------------------------	---	---	---	---

Развитие искусственного интеллекта	3	3	3	3
------------------------------------	---	---	---	---

Таким образом по важности экспертной средневзвешенной оценке факторы выстраиваются следующим образом:

- Сокращение товарооборота с европейскими странами;
- Падение доходов населения;
- Рост инфляции;
- Снижение рождаемости.

1. Алексеева, М. Б. Анализ инновационной деятельности: учебник и практикум для вузов / М. Б. Алексеева, П. П. Ветренко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Юрайт, 2022 — 337 с. — (Высшее образование). — URL: <https://urait.ru/bcode/489573> (дата обращения: 23.03.2022г.). — ISBN 978-5- 534-14499-4.

2. Балабанов И.Т. Анализ и планирование финансов хозяйствующего субъекта / И.Т. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2011.

3. Баранчеев, В. П. Управление инновациями : учебник для вузов / В. П. Баранчеев, Н. П. Масленникова, В. М. Мишин. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022 — 711 с. — (Высшее образование). — URL: <https://urait.ru/bcode/488625> (дата обращения 26.03.2022г.). — ISBN 978- 5-534-11705-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт].
4. Воронов Д. Оценка и анализ конкурентоспособности предприятий. ВШЭМ УрФУ, Екатеринбург, 2019 – 45 с
5. Дудникова Н.Ю. Подходы к оценке ценности бренда. ГОУ ВПО «Волгоградский государственный технический университет», Современные проблемы науки и экономики, №2, 2020 – 24 с
6. 10. Завлин П.Н. Инновационная деятельность в условиях рынка./ П.Н. Завлин, А.А. Ипатов. – Спб.: Ковус, 2019. – 142 с.
7. Запорожский А.А. К вопросу о системе менеджмента качества и безопасности пищевых продуктов / А. А. Запорожский, Г. И. Касьянов, Э. Ю. Мишкевич // Техника и технология пищевых производств. – 2018. – № 4 (31). – С. 17-21.
8. Захарова, Ю.А. Стратегии продвижения товаров [Текст] / Ю.А. Захарова. Москва: Дашков и Ко, 2017. 158 с. – ISBN 978-5-394-03154-0.
9. Никишкин В.В. Роль маркетинговых исследований в разработке стратегии вывода нового продукта на рынок./ В.В. Никишин, И.В. Гурова. // Маркетинг в России и за рубежом. №4, 2019. – С. 78-91. 18.
10. Резник, С.Д. Основы предпринимательской деятельности [Текст] / С.Д. Резник, И.В. Глухова, Н.А. Назарова, А.Е. Черников. Москва: ИНФРАМ, 2020. 224 с. – ISBN 978-5-16-006884-8.
11. Технологические цепочки в корпорациях. [Электронный ресурс] - https://bstudy.net/778665/ekonomika/tehnologicheskie_tsepochki_korporatsiyah
12. Систематизация исследования конкурентоспособности предприятия [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/182235.html>
13. Интернет-сайт «Школы научного управления в менеджменте» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://biz-anatomy.ru/vse-stati/poznavatelno/shkoly-upravleniya-v-menedzhmente-posledovatelno-razvitiya-upravlencheskoj-mysli>
14. Интернет-сайт «Саморазвитие» [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://kak-bog.ru/istoriya-razvitiya-menedzhmenta>
15. Интернет-сайт «Центр креативных технологий» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.inventech.ru/lib/management/management-0016/>
16. Интернет-сайт «Большой менеджмент» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.smartmanages.ru/smas-100-1.html>
17. Пути повышения конкурентоспособности предприятия [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://cyberleninka.ru/article/n/puti-povysheniya-konkurentosposobnosti-predpriyatiya#new_comment
18. Факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://cyberleninka.ru/article/n/factory-vliyayushchie-na-konkurentosposobnost-predpriyatiy-pozitsii-raznyh-avtorov#new_comment
19. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.gks.ru/>
20. Официальный сайт ООО «ФИРМА КВАРЕЛЬ», <https://hotelakvarel.ru>
21. Этапы разработки и внедрения нового товара. — URL: https://otherreferats.allbest.ru/management/00352434_0.html (дата обращения: 22.03.2022г.).

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/349708>