Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

АЗЕРБАЙДЖАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЦЕНТР МАГИСТРАТУРЫ И ДОКТОРАНТУРЫ

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ на тему:

“Стратегическое планирование и его влияние на деятельность предприятия в Азербайджане”

Мамедов Тамерлан Азер

БАКУ – 2019

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ
АЗЕРБАЙДЖАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЦЕНТР МАГИСТРАТУРЫ И ДОКТОРАНТУРЫ

Директор Международного Центра Магистратуры и Докоторантуры

Доц. Ахмедов Фариз Салех

Подпись_____

“____” _____ 2019 год

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ на тему

“ Стратегическое планирование и его влияние на деятельность предприятия в Азербайджане ”

Код и название специальности: 060403 Финансы

Специализация: Финансовый контроль и аудит

Группа: 631

Магистрант: Мамедов Тамерлан Азер

_____подпись

Научный руководитель: к.э.н. доц. Х.А.Гаджиев

_____ подпись

Руководитель программы: к.э.н. доц. Сейфуллаев И.З

_____ подпись

Заведующий кафедры: д.э.н. проф. Кальбиев Я.А

_____ подпись

БАКУ – 2019

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

Xülasə

Mövzunun aktuallığı: Təşkilatın fəaliyyətində bazarın göstəricilərinin hədəf əhəmiyyəti ilə təyin olunan strateji planlaşdırmaya xüsusi yer verilir. Hazırda strateji planlaşdırma müəssisə üçün bütövlükdə vacib idarəetmə konsepsiyalarından biri hesab edilə bilər. Strateji idarəetmə- idarəetmə prosesinin bütün funksiyalarını özündə birləşdirir. Düzgün strateji idarəetmə müəssisəni gələcəyə yönəldir və onların uzunmüddətli inkişaf tendensiyaları və biznesdə öz mövqeyini müəyyən etməyə imkan verir.

Tədqiqatın məqsədi: Bu tədqiqatın əsas məqsədi qeyri-sabit xarici mühitdə istehsal müəssisələrində istifadə olunan strateji planlaşdırma vasitələrinin elmi əsaslandırılmasıdır.

Tədqiqat metodları: tədqiqat zamanı aşağıdakı üsullar istifadə olunmuşdur: təsnifat, müqayisə, ayırma, iqtisadi təhlil nəzəriyyəsi, SWOT və VMOST təhlilləri və s.

Tədqiqatın məlumat bazası: Tədqiqatın məlumat bazası Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin, Azərbaycan Respublikası Maliyyə Nazirliyinin, müxtəlif elmi nəşrlərin, rəsmi saytların və s. statistik materiallarından ibarətdir.

Tədqiqatın məhdudiyyətləri: Azərbaycanda bu sahədəki müəssisələr haqqında informasiyanın çatışmazlığı və ictimaiyyətə açıq olmaması.

Tədqiqatın nəticəsi: davamlı iqtisadi artım və yüksək sosial rifaha nail olmaq üçün potensial və mövcud qaynaqları nəzərə alaraq, hər bir firma ən yaxşı məhsul inkişafı ilə yenilik strategiyası kontekstində öz intiqam strategiyasını inkişaf etdirməli, həmçinin davamlı rəqabət üstünlüyünə nail olmaq üçün sinerji və "dəyər zəncirinə" əsaslanan bir inkişaf zənciri yaratmalıdır.

Nəticələrin elmi və praktiki əhəmiyyəti: Tədqiqatın praktiki əhəmiyyəti strateji planlaşdırma prosesinin effektivliyini, eləcə də mövcud planlaşdırma metodlarının sistemləşdirilməsinə əsaslanan hazırlanmış strateji qərarların keyfiyyətini artırmaqdır.

Açar sözlər: Strateji planlaşdırma, strateji idarəetmə, təhlil.

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

Содержание

ВВЕДЕНИЕ ……...6

ГЛАВА 1. Теоретические основы использования стратегического планирования в управлении деятельностью предприятий……8

1.1. Эволюция стратегического планирования и необходимость его использования на современном этапе развития экономики……...8

1.2. Содержание и значение стратегического планирования в системе управления деятельностью предприятий……...14

1.3. Моделирование процесса стратегического планирования в системе управления деятельностью предприятий…….…..24

ГЛАВА 2. Оценка состояния организации стратегического планирования на предприятиях Азербайджана……...31

2.1. Стратегия функционирования предприятий на современном этапе развития экономики……..…31

2.2.Современный уровень стратегического планирования на предприятиях.42

2.3. Информационное обеспечение стратегического планирования на предприятиях……..…46

ГЛАВА 3. Совершенствование стратегического планирования в системе управления деятельностью предприятия……..49

3.1. Методический инструментарий оценки эффективности стратегического планирования в управлении деятельностью предприятий……...49

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

3.2. Взаимосвязь стратегического и оперативного планирования как фактор успешности реализации стратегий предприятия……..55

3.3. Схема организации стратегического планирования в системе управления деятельностью предприятий……...62

Заключение…….…65

Список использованной литературы……...…68

Список таблиц……...70

Список рисунков……...70

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

ВВЕДЕНИЕ

Стратегическое планирование - это организационная управленческая деятельность, которая используется для определения приоритетов, фокусирования энергии и ресурсов, укрепления операций, обеспечения того, чтобы сотрудники и другие заинтересованные стороны работали над достижением общих целей, устанавливали согласование предполагаемых результатов, оценивали и корректировали направление организации в ответ на меняющуюся среду. В эффективном стратегическом планировании говорится не только о том, куда идет организация, но и о действиях, необходимых для достижения прогресса в будущем.

Актуальность исследования: В деятельности организации стратегическому планированию отводится особое место, которая определяется целевой значимостью рыночных показателей. В настоящее время стратегическое планирование можно рассматривать в качестве одной их важных управленческих концепций в целом для предприятия. В современных условиях эффективное осуществление и перспективное развитие экономической деятельности в значительной степени зависит от применения стратегического управления в организациях, определения целей и задач, изучения внешней и внутренней среды и произошедших изменений, выбора и реализации альтернативных стратегий. Стратегическое управление включает в себя все функции управления как начальную стадию процесса управления предприятием. Надлежащее стратегическое управление направляет предприятие в будущее, позволяет им определять свои долгосрочные тенденции развития и свое положение в бизнесе.

Цели исследования: Основной целью настоящего исследования является научное обоснование инструментов стратегического планирования

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

использующиеся на производственных предприятиях в условиях нестабильной внешней окружающей среды.

Методы исследования: в процессе данного исследования применялись методы: классификация, сравнения, дедукция, теории экономического анализа, анализы SWOT и VMOST , и др.

Информационная база исследования: Информационную базу исследования составили статистические материалы Государственного Комитета Азербайджанской Республики по Статистике, Министерства Финансов Азербайджанской Республики, различные научные публикации, офицальные интернет-сайты и др.

Ограничения исследования: недостаток и публично недоступность информаций о предприятиях в этой области в Азербайджане.

Результаты исследования: Для достижении устойчивого экономического роста и высокого социального благосостояния при наличии потенциала и имеющихся ресурсов. каждая фирма должна разработать свою собственную стратегию мести в контексте инновационной стратегии с наилучшим развитием продукта, а также синергизм и формирование цепочки развития на основе «цепочки ценностей», достижения устойчивых конкурентных преимуществ.

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В УПРАВЛЕНИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ.

1.1Эволюция стратегического планирования и необходимость его использования на современном этапе развития экономики.

Стратегическое планирование является относительно молодой дисциплиной, которая развивалась благодаря многочисленным вкладам в различных областях социальных наук. События последних нескольких десятилетий свидетельствуют об эволюции и зрелости дисциплины, поскольку теперь она обладает большими возможностями для анализа, а также большим количеством теорий, проанализированных тем и методологий для этого.

Стратегическое управление - это процесс, который определяет последовательность шагов организации по разработке и реализации стратегии. Стратегия также включает в себя достижение целей, разработку стратегии, определение нужных ресурсов и поддержание взаимосвязи с внешним миром, что позволяет организации достигать своих целей. Термин «стратегическое управление» был включен в экономический лексикон, чтобы показать разницу между текущим уровнем производства и управления на самом высоком уровне в середине 20-го века. Необходимость определения этой разницы, прежде всего, была вызвана изменениями условий ведения бизнеса. Первая работа на эту тему была опубликована в 1951 году Ульямом Ньюманом за 18 месяцев. Позднее его работы по разработке современных управленческих идей нашли отражение в работах Франкенхофа и Грейнджер (1971), Ансоффа (1972), Шинделя и Хаттена (1972), Ирвина (1974) и других. Главной идеей, отражающей суть перехода от оперативного управления к стратегическому управлению, была необходимость направить центр

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

фокусировки на высшее руководство, чтобы своевременно реагировать на изменения в окружающей среде. Есть несколько конструктивных определений, предложенных известным основателем теории стратегического управления. Шендель и Хаттен описывают его как «процесс определения связи между реализацией целей, поставленных распределением ресурсов, обеспечивающих эффективное функционирование организации и ее подразделений, и попыткой достичь желаемого состояния отношений с внешней средой». По словам Хиггинса, «стратегическое управление - процесс управления миссией организации посредством управления взаимодействием с внешним миром. Пирс и Робинсон описывают его как «набор решений и действий для подготовки и реализации стратегий, разработанных организацией для достижения своих целей». Есть также некоторые определения, которые подчеркивают некоторые или все аспекты стратегического управления, или различия в его «обычном» управлении. Практика показывает, что комплексная организация стратегического планирования и управления более успешны и получают более высокую прибыль в отрасли, чем средние доходы. Многим менеджерам с богатым опытом планирования не удается, потому что они пытаются охватить большое количество рынков и производить разные продукты, а также удовлетворять потребности различных групп клиентов. Для успеха, силы должны быть целенаправленно сконцентрированы и правильно выбраны стратегии. Другими словами, достижение лучшей стратегии планирования происходит чаще. Ключевой частью стратегии является перевод текущей ситуации в будущее, где организация желает выжить. Они различают два главных конечных продуктов стратегического управления. Одним из них является внутренняя структура предприятия и изменения (организационные) , которые дают организации потенциал для достижения ее целей в будущем, а также другой конечный продукт, который обеспечивает чувствительность к изменениям во внешней среде. Создание системы стратегического управления требует значительной перестройки системы управления

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

компанией в следующих областях: 1) бизнес-процессы (процедуры управления); 2) Организационные структуры (распределение полномочий); 3) Поведение мышления, лидерства и поведения сотрудников. Создание системы стратегического управления вызывает глубокие организационные изменения. Применение системы стратегического управления является относительно трудоемким и проблематичным по сравнению с другими изменениями. Необходимость принятия адекватных мер для институциональных изменений со стороны руководителя и сотрудников компании и неадекватность их отсутствия могут подорвать любое намерение организации улучшить процесс управления. Факторы, составляющие институциональные реформы на предприятии, включают материальные организационные, социально-психологические, информационные и интеллектуальные аспекты. Формирование социально-психологической и интеллектуальной среды на предприятии всегда должно быть в центре внимания с использованием современных ИКТ. Важно учитывать условия интеллектуального фактора организационной реформы в условиях становления и развития инновационной экономики. Они включают в себя: создание максимального числа людей, вовлеченных в процесс производства и управления; гарантия занятости; учет сотрудников; постоянное обучение персонала; избавиться от недобросовестной конкуренции и т.д.

В любой ситуации, для организации или отдельного лица, основная цель стратегического планирования - определить, чего вы хотите достичь и как это осуществить.

Стратегическое планирование напрямую влияет на эффективность организации. Уровень эффективности работы организации напрямую зависит от уровня эффективности работы менеджеров. Эффективность менеджеров для решения конкретных потребностей и проблем организации влияет на способность организации решать свои собственные задачи, особенно из-за того, что именно менеджеры являются руководством для всей организации.

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

Способность менеджеров участвовать в процессе стратегического планирования для достижения наилучших возможных стратегических планов определяет способность организации выполнять свои задачи и добиваться дальнейшего улучшения или роста своего развития.

Стратегическое управление рассматривается как фундаментальная проблема, объясняющая успех или неудачу фирм (Rumelt et al., 1994, стр 53). Это влечет за собой выяснение, почему некоторые фирмы успешны, а другие нет; другими словами, выявление факторов успеха. В результате исследователи часто имеют различные фоны, подходы или фокусы интересов. Вдобавок к этому, поскольку исследование стратегии связано с деятельностью фирмы, многие инструменты, которые в настоящее время считаются основными элементами любого анализа, возникли у самих фирм или у консультантов по стратегическим вопросам, которые их консультировали (Pettigrew et al., 2002, стр 8).

Эта ситуация означает, что поиск факторов успеха был сосредоточен на различных переменных аспектах фирмы.

Одним из способов осмысления этого разнообразия факторов является их классификация по некоторому критерию. В целом, с одной стороны, многие исследователи склонны концентрировать свое внимание на внутренних факторах фирмы, таких как ее сильные и слабые стороны. С другой стороны, причины успеха были найдены в возможностях и угрозах окружающей среды. Альтернативный и дополнительный критерий позволяет нам организовать исследование в соответствии с принятым уровнем анализа. Это может включать в себя фирму в целом - на макроуровне - или конкретные ее аспекты, связанные с поведением ее отдельных лиц - на микроуровне.

В соответствии с этим можно выявить два типа напряженности на всем протяжении развития области стратегического управления: один между внутренними и внешними соображениями, а другой между соображениями

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

макро- и микроуровня. Как правило, определенные периоды зафиксировали преобладание того или иного аспекта в исследовании. Эту ситуацию можно сравнить с двойным маятником, следуя метафоре, использованной Hoskisson et al. (1999), где основное внимание уделяется внутренним или внешним соображениям или вопросам макро или микроуровня. Два маятника двигались одновременно на протяжении истории дисциплины, и их общие движения определили эволюцию дисциплины и ее текущее состояние, а также более тесно связанным с групповым и / или индивидуальным поведением в фирме. Хотя общепринято, что объектом анализа в стратегическом управлении является компания в целом, будь то мульти-бизнес, мульти-рынок или транснациональная корпорация факторы успеха могут основываться как на микро- и макроуровни. Тем не менее, было бы правильно сказать, что последние преобладали над первыми в исследованиях на сегодняшний день.

Метафора маятника, которая использовалась для наблюдения за тем, как фокус внимания переместился с внутреннего на внешний домен, а затем обратно на внутренний, может быть расширена двумя способами, чтобы лучше охватить эволюцию дисциплины. Во-первых, помимо внутреннего и внешнего маятника, действует второй маятник, который переключается между подходами макро- и микроуровня к ключевым вопросам стратегического управления. Во-вторых, эти два маятника в настоящее время не находятся ни на одном конце свинга, а вместо этого движутся постоянно и одновременно.

Оба измерения присутствуют в прошлых исследованиях по стратегическому управлению, и оба актуальны сегодня. Это совместное движение двойного маятника отражает большую сложность стратегического управления как академической дисциплины.

Уровень эффективности работы отдельных работников в организации напрямую определяет способность организации достигать своих целей и

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

задач. Человеческие ресурсы организации определяют возможности и возможности организации по решению своих проблем, потребностей и задач. В результате, для менеджеров необходимо обеспечить, чтобы процесс стратегического планирования мог выявлять наилучшие возможные уровни производительности из человеческих ресурсов организации. Согласование процесса стратегического планирования с конкретными характеристиками человеческих ресурсов организации будет напрямую определять естественные способности организации выполнять в соответствии с желаемыми целями и задачами бизнеса.

Процессы стратегического планирование и бизнес планирование было принята и адаптирована многими секторами бизнеса и организациями, включая некоммерческие организации и правительственные агентства.

Существует почти столько моделей планирования, сколько и есть авторы и ученые в этой области. Каждый из них внесли свой вклад, но лишь некоторые из них смогли выделиться. Американский учёный австрийского происхождения, экономист один из самых влиятельных теоретиков менеджмента 20-ого века Питер Друкер установил «классическое» определение стратегического планирование в своей книге под названием «Управление» в 1973 года.

В своей книге Друкер указал, что планирование не является чем то новым - это просто организованная работа старой задачи. Основной тезис Друкера состоял в том, что организации должны применять менеджмент (следовательно, планирование) как дисциплинированную науку.

Еще один американский экономист Майкл Юджин Портер в 1980-х годах выдвинул предложение о том, что стратегия должна лучше отражать характер конкуренции и ресурсы в рамках данного рынка или окружающей среды. В конкурентной Стратегии Портер определил модель и процесс планирования, которые основывается на понимании конкурентоспособных

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

сил, которые определяют отрасль и ее привлекательность с точки зрения бизнеса.

В стратегическом планировании существует много терминологий, и они часто используется неправильно. Однако есть два термина, которые относительно просты для понимания и очень уместны для деятельности стратегического планирования:

Цель - То, чего необходимо достичь.

Стратегия - базовая методология, которая будет использоваться для достижения цели.

1.2 Содержание и значение стратегического планирования в системе управления деятельностью предприятий.

Стратегическое планирование необходимо в любой компании, которая имеет один продукт или даже несколько продуктов со многими стратегическими бизнес-единицами. Основная цель департамента стратегического планирования в компании заключается в том, что в любое время необходимо отслеживать бизнес-среду компании, позиционирующие в такой среде и соответственно, компания может выбирать правильную стратегию для ее управления.

Планирование помогает организации наметить курс для достижения своих целей. Процесс начинается с анализа текущих операций организации и определения того, что необходимо оперативно улучшить в предстоящем году. Планирование предполагает представление результатов, которые организация хочет достичь, и определение шагов, необходимых для достижения намеченного назначения. Как известно, многие организации большие и малые, имеют ограниченные ресурсы. Процесс планирования обеспечивает высшее руководство информацией для принятия эффективных решений о том, как распределять ресурсы таким образом, чтобы организация могла достичь своих целей. Определение целей, которые бросают вызов

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

всем, кто в организации стремиться к повышению производительности, является одним из ключевых аспектов процесса планирования. Цели должны быть высокими, но реалистичными. Процесс постановки цели может быть вызовом для пробуждения для менеджеров. Другое преимущество определения цели заключается в том, что результаты прогноза сравниваются с фактическими результатами. Организации анализируют значительные отклонения от прогноза и принимают меры для устранения ситуаций, когда доходы ниже плана или меньше расходов.

Стратегическое планирование напрямую влияет на жизнеспособность и привлекательность организации бизнеса для сотрудников. Каждая бизнес-организация должна максимизировать свои человеческие ресурсы, чтобы она могла максимизировать свою организационную производительность и способность достигать своих целей и задач. Человеческие ресурсы напрямую определяют возможности организации меняться в соответствии с изменениями на рынке. Кадровые ресурсы также определяют способность организации разрабатывать конкретные продукты и услуги и предоставлять такие продукты и услуги целевым потребителям.

Человеческие ресурсы организации бизнеса значительно влияют на его естественную способность организации бизнеса достигать ее целей и задач. Поддержка, которую человеческие ресурсы предлагают для достижения целей и задач организации, играет важную роль в успехе бизнеса. Для менеджеров организации бизнеса необходимо максимизировать общую привлекательность организации, чтобы привлекать лучших сотрудников для организации. Менеджеры хотят убедиться, что человеческие ресурсы организации обладают наилучшими возможными наборами навыков и наилучшими возможными знаниями и опытом, чтобы такие человеческие ресурсы могли оказывать необходимую поддержку для дальнейшего роста и развития бизнеса.

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

Одним из наиболее важных факторов, на которые сотрудники обычно обращают внимание при подаче заявления на определенную работу в крупных организациях, является процесс стратегического планирования в организации. Например, сотрудники хотят убедиться, что процесс стратегического планирования учитывает потребности и проблемы сотрудников. Это связано с тем, что сотрудники хотят чувствовать, что их ценят в организации. Работники хотят убедиться, что они являются частью организации и что они вносят значительный вклад в позитивное развитие организации, а не просто работают для выполнения конкретных задач или процедур. Рабочие хотят иметь возможность выполнять требования своей работы. Работники, как правило, анализируют процесс стратегического планирования в организации и рассматривают его как показатель связи между руководителями и подчиненными или работниками во всей организации.

Менеджеры должны привести процесс стратегического планирования в соответствие с интересам и способностями работников всей организации, чтобы максимизировать привлекательность бизнес-организации для потенциальных кандидатов. Максимальное согласование характеристик процесса стратегического планирования с характеристиками сотрудников организации может помочь в улучшении общей привлекательности организации для потенциальных кандидатов. Это также означает, что максимизация согласования характеристик процесса стратегического планирования с характеристиками сотрудников может напрямую влиять на способность организации привлекать наилучших возможных сотрудников, что может способствовать дальнейшему росту и развитию бизнеса.

Стратегическое планирование важно, потому что оно влияет на привлекательность бизнеса для инвесторов. Эти организации сильно зависят от их способности привлекать инвесторов. Это особенно актуально для деловых организаций, которые уже велики или уже являются публичными.

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

Например, крупные бизнес-организации, такие как Walmart, нуждаются в поддержке инвесторов, чтобы эти компании продолжали расти и развиваться. По сути, привлекательность бизнес-организации для инвесторов влияет на способность организации получать доступ к ценным источникам капитализации. Например, инвесторы предоставляют основную часть финансовых ресурсов, которые используют организации, что означает, что руководителям бизнес-организаций необходимо максимально повысить эффективность бизнеса для потенциальных инвесторов.

Привлекательность бизнеса для потенциальных инвесторов означает способность организации получать доступ к финансовым ресурсам, которые она может использовать для своего постоянного роста и развития. Такая привлекательность организации бизнеса зависит от процесса стратегического планирования. Это связано с тем, что многие инвесторы рассматривают этот взаимозависимый процесс организации, а также вытекающие из этого стратегические планы в качестве основы для своих решений о том, вкладывать ли средства в организацию или нет. При инвестировании в конкретную компанию инвестор обычно рассматривает портфель компании вместе с процессом стратегического планирования и стратегиями организации, чтобы определить прибыльность и привлекательность организации.

Для менеджеров организации крайне важно, чтобы процесс стратегического планирования и вытекающие из него стратегические планы были как можно более привлекательными для потенциальных инвесторов бизнеса, чтобы максимизировать доступность доступного финансирования.

Существует несколько подходов к организации стратегического планирования на предприятии и все они имеют общую цель, которая является активной адаптацией к окружающей среде, адаптацией окружающей среды для нужд предприятия и нескольких общих этапов планирования.

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

Чтобы разработать план компании нужно определить основные цели, задав важные вопросы, такие как:

-Какая из этих инициатив окажет наибольшее влияние на достижение миссии компании и улучшения ее позиции на рынке?

-Какие виды воздействия наиболее важны (например, приобретение клиентов или выручка)?

-Какие инициативы наиболее срочные?

-Что нам нужно сделать для достижения наших целей?

-Как мы оценим наш прогресс и определим, достигли ли мы наших целей?

Процесс стратегического планирования в организации состоит из следующих этапов:

1. Определение миссии и целей предприятия.
2. Анализ внешней и внутренней среды.
3. Выбор стратегии.
4. Реализация стратегии.
5. Оценка и контроль выполнения.

Рисунок 1. Этапы процесса стратегического планирования.

Составлен автором.

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

Отправной точкой процесса является первоначальная оценка фирмы. На этом этапе менеджеры должны четко определить цели компании и ее миссии.

Цель бизнеса отвечает на вопрос: кем хочет стать организация? Без визуализации будущего компании менеджеры не будут знать, куда они стремятся и чего они должны достичь. Видение - это конечная цель и направление для сотрудников фирмы.

Миссия информирует заинтересованные стороны организации о продуктах, клиентах, рынках, ценностях, заботе об общественном имидже и сотрудниках организации (David, 2009.,стр 93,) . Тщательное формулирование миссии служит основным направлением для руководителей при принятии соответствующих решений (Pettigrew et al., 2002, стр 8).

Когда компания определяет свою цель и миссию, она должна оценить текущую ситуацию на рынке. Это включает в себя оценку внешней и внутренней среды организации и анализ ее конкурентов.

Во время анализа внешней среды менеджеры изучают ключевые внешние факторы: макро- и микро среды и конкуренцию. Платформы PEST или PESTEL представляют все факторы макросреды, которые влияют на организацию в глобальной среде. Микро среда влияет на компанию в своей отрасли. Он анализируется с использованием Механизма 5 Сил Портера .

Успешный анализ ситуации на рынке сопровождается созданием долгосрочных целей. Долгосрочные цели указывают на цели, которые могут улучшить конкурентную позицию компании в долгосрочной перспективе. Они действуют как направления для выбора конкретной стратегии. В организации стратегии выбираются на 3 разных уровнях:

Стратегия бизнес-уровня. Этот тип стратегии используется, когда стратегические бизнес-единицы, подразделения или малые и средние предприятия выбирают стратегии только для одного продукта, который

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

продается только на одном рынке. Пример стратегии бизнес-уровня хорошо иллюстрируется фирмами Royal Enfield. Они продают свой мотоцикл Bullet (один товар) в Великобритании и Индии (разные рынки), но ориентируются на разные сегменты рынка и продают по очень разным ценам (разные стратегии). Фирмы могут выбирать между 3 общими стратегиями Портера: стратегией управления затратами, дифференциацией и фокусировкой. В качестве альтернативы можно выбрать стратегии из часов стратегии Боумена (Johnson, Scholes, & Whittington, 2007., стр. 224,).

Стратегия корпоративного уровня. На этом уровне руководители ведущих материнских компаний выбирают, какие продукты продавать, на какой рынок выходить и приобретать конкурента или объединяться с ним. Они выбирают между интеграционной, интенсивной, диверсификационной и оборонительной стратегиями.

Глобальная / Международная стратегия. Основные вопросы для ответа: какие новые рынки развивать и как на них выходить? Как далеко, чтобы диверсифицировать? (Томпсон и Мартин, стр. 557 , Джонсон, Скоулз и Уиттингтон, 2003, стр. 294)

Менеджеры могут выбирать между многими стратегическими альтернативами. Это зависит от целей компании, результатов анализа ситуации и уровня, для которого выбрана стратегия.

Даже самые лучшие стратегические планы должны быть реализованы, и лишь только хорошо осуществленные стратегии создают конкурентное преимущество для компании.

На этом этапе управленческие навыки важнее, чем использование анализа. Коммуникация в реализации стратегии имеет важное значение, так как новые стратегии должны получить поддержку во всей организации для эффективной реализации. Примером реализации бизнес стратегии может послужить следующая схема которая состоит из следующих 6 шагов:

-Постановка годовых целей;

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

-Пересмотр политики для достижения целей;

-Распределение ресурсов по стратегически важным направлениям;

-Изменение организационной структуры для соответствия новой стратегии;

-Управление сопротивлением переменам;

-Внедрение новой системы поощрений за результаты работы.

Первым пунктом в реализации стратегии является установление годовых целей для функциональных областей компании. Эти меньшие цели специально предназначены для достижения финансовых, маркетинговых, операционных, человеческих ресурсов и других функциональных целей. Для достижения этих целей менеджеры пересматривают существующую политику и вводят новые, которые служат ориентирами для успешной реализации целей.

1. Другой очень важной частью реализации стратегии является изменение организационной структуры. Например, стратегия диверсификации продукта может потребовать включения новой стратегической бизнес единицы в существующую организационную структуру. Или стратегия развития рынка может потребовать добавления дополнительного подразделения в компанию. Каждая новая стратегия меняет организационную структуру и требует перераспределения ресурсов. Это также перераспределяет обязанности и полномочия между менеджерами. Менеджеры могут быть перемещены из одной функциональной области в другую или могут быть приглашены для управления новой командой. Это создает сопротивление переменам, которыми нужно управлять соответствующим образом, иначе это может негативно влиять на реализацию стратегии. (Х. Альберт М, Хедоури. Ф. Основы менеджмента, пер. с англ., «Дело», –М., (1992) 702 стр)

Реализация стратегии должна контролироваться, чтобы быть успешным. В связи с постоянно меняющимися внешними и внутренними условиями менеджеры должны постоянно анализировать обе среды по мере появления новых сильных и слабых сторон, возможностей и угроз. Если новые

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

обстоятельства влияют на компанию, менеджеры должны предпринять корректирующие действия как можно скорее.

Измерение производительности является еще одним важным видом деятельности в мониторинге стратегии. Производительность должна быть измеримой и сопоставимой. Менеджеры должны сравнить свои фактические результаты с оценочными результатами и посмотреть, насколько они успешны в достижении своих целей. Если цели не достигнуты, менеджеры могут:

-Измените систему вознаграждений.

-Ввести новые или пересмотреть существующие политики.

Ключевым элементом в мониторинге стратегии является получение актуальной и своевременной информации об изменяющейся среде и результатах деятельности компании и, при необходимости, принятие корректирующих мер.

Конкуренция - это еще одна неконтролируемая внешняя сила, которая влияет на компанию. Хороший пример этого был, когда Apple выпустила свой IPod и потрясла индустрию mp3-плееров, включая ее ведущего исполнителя Sony. Фирмы оценивают своих конкурентов, используя матрицу профиля конкурентов и сравнительный анализ, чтобы оценить свои сильные и слабые стороны и уровень производительности.

Внутренний анализ включает оценку ресурсов компании, основных компетенций и видов деятельности. Организация обладает как материальными ресурсами: капиталом, землей, оборудованием, так и нематериальными ресурсами: культурой, капиталом бренда, знаниями, патентами, авторскими правами и товарными знаками.

Основными компетенциями фирмы могут быть превосходные навыки взаимоотношений с клиентами или эффективное управление цепочками поставок. Анализируя деятельность компании, менеджеры изучают цепочку создания стоимости и весь производственный процесс.

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

В результате анализа ситуации выявляются сильные и слабые стороны, возможности и угрозы для организации и выявляется четкая картина положения компании на рынке.

По мере продолжения процесса стратегического планирования, повторяя каждый шаг на регулярной основе, организация увидит ощутимый прогресс в управлении и достижении своей целей. Вместо того, чтобы реагировать на конкуренцию или фокусироваться на последней инициативе «горячих клавиш», она сможет поддерживать долгосрочную перспективу и принимать решения, которые помогут на пути к успеху на долгие годы.

В зависимости от поставленных задач, сроков их решения и размеров предприятия, план имеет различную структуру. Поэтому планирование подразделяется на три вида:

- Краткосрочное планирование (текущее) – планирование в сроке до 1года. Краткосрочный стратегический план представляет собой стратегический план на 3-6 месяцев (до 1 года) , в котором излагаются основные этапы и более мелкие шаги действий, которые компания хочет достичь.

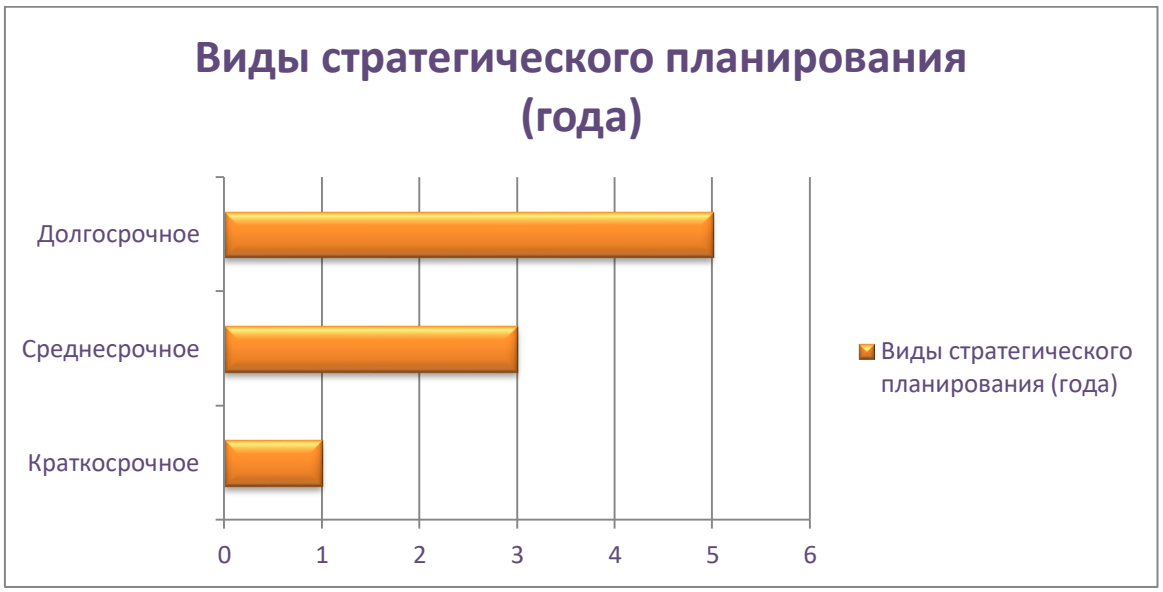
- Среднесрочное планирование - рассчитано на срок от одного года до 3-х лет. Среднесрочное планирование применяет более постоянные решения краткосрочных проблем. Например, если есть проблемы с качеством, среднесрочный план должен пересмотреть и укрепить программу контроля качества компании. Среднесрочное планирование реализует политику и процедуры для обеспечения того, чтобы проблемы которые были в краткосрочном планировании не повторялись.

- Долгосрочное планирование -рассчитано на срок от 5 до 15 лет представляет собой разработку перспективных целей организации, направленных на наиболее эффективное использование ресурсов на основании долгосрочного прогноза.

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

Рисунок 2. Виды стратегического планирования



Составлен автором.

1.3 Моделирование процесса стратегического планирования в системе управления деятельностью предприятий.

Стратегическое управление является представлением предлагаемой структуры стратегического управления в сочетании со стратегиями компании и управленческой деятельностью. Обычно это упрощенная система, используемая для стимулирования направления деятельности организации, сканирования среды, SWOT-анализа, формулирования стратегии, ее реализации и контроля в свете реальных жизненных ситуаций. Существуют различные типы моделей стратегического управления.

Обычное стратегическое планирование.

Это наиболее распространенная модель стратегического планирования, хотя она подходит не для каждой организации. Он идеально подходит для организаций, которые располагают достаточными ресурсами для достижения очень амбициозных целей и задач, имеют относительно стабильную внешнюю среду и не имеют большого количества текущих

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

проблем для решения. Модель обычно включает в себя следующие общие этапы:

1. Разработка или обновление мисси.

2. Осмотрение внешней среды и обновление отчетов.

3. Выбор долголетних стратегий и / или целей для достижения.

4. Разработка плана действий, в которых будет указано, кто и чем будет заниматься и когда достигать каждой цели.

5. Определить связанные планы, например, штатное расписание, помещения, маркетинговые и финансовые планы.

Стратегическое планирование на основе вопросов.

Эта модель может включать следующие фазы:

1. Определить 5-7 наиболее важных текущих проблем, стоящих на данный момент перед организацией.

2. Предложить планы действий для решения каждой проблемы в течение следующих 6-12 месяцев.

3. Включить эту информацию в стратегический план.

После того, как план, основанный на проблемах, будет реализован, а нынешние основные проблемы будут решены, организация может использовать более амбициозную традиционную модель. Многие люди могут утверждать, что планирование на основе вопросов - это действительно внутреннее планирование развития, а не стратегическое планирование. Другие утверждают, что модель очень стратегическая, потому что она позволяет организации в будущем гораздо более успешно ориентироваться на внешнее и долгосрочное планирование.

Органическое стратегическое планирование.

Органическое стратегическое планирование, как следует из названия, является гораздо менее систематической моделью, чем другие. Эта модель

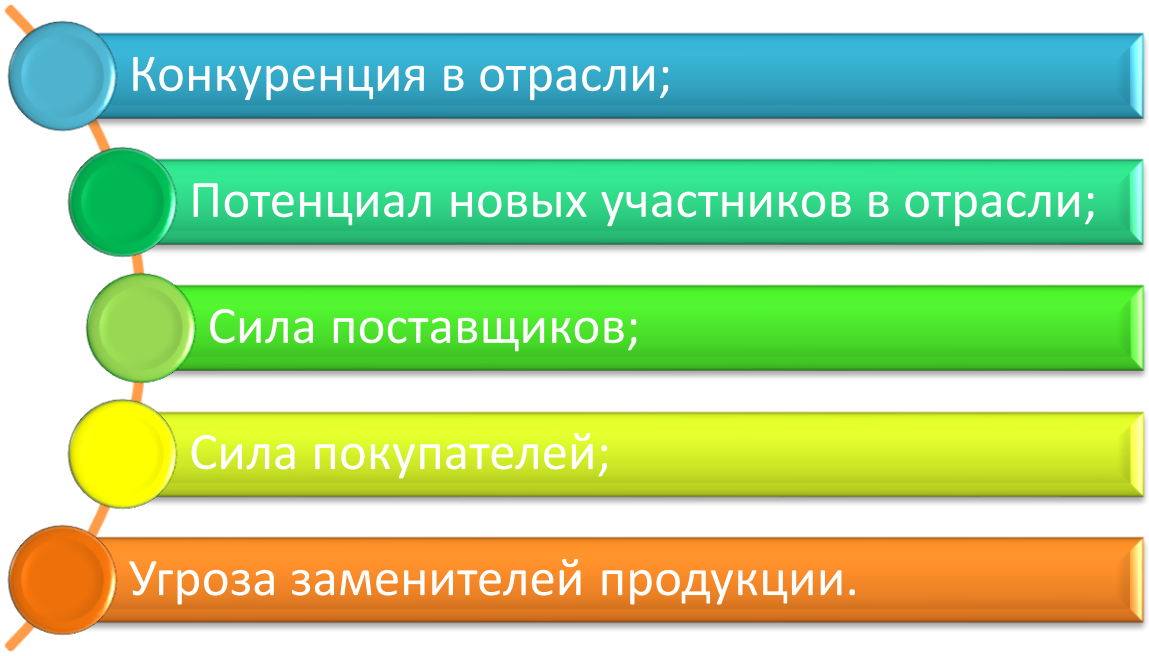
Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

стратегического планирования направлена на создание универсального понимания в вашей организации, которое может быть достигнуто путем:

Механизм Пяти сил Портера является моделью бизнес-анализа, объясняющая причину способности поддержания разные уровни прибыльности разными отраслями промышленности. Модель широко используется для анализа отраслевой структуры компании, а также ее корпоративной стратегии. Портер определил пять несомненных сил, которые играют роль в формировании всех рынков и отраслей в мире. Эти силы:

Рисунок 3 Модель пяти конкурентных сил Портера.



Составлен автором.

Согласно модели Томпсона и Стрикленда, термин ‘стратегическое управление »относится к управленческому процессу, состоящему из:

1. разработки стратегического видения и деловой миссии;

2. постановка целей;

3. разработка стратегии;

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

4. реализация и управление стратегией;

5.оценка производительности, мониторинг новых разработок и инициирование корректирующих установок.

Стратегический менеджмент состоит из четырех основных элементов: сканирования среды, формулирования стратегии, реализации стратегии, оценки и контроля (модель Wheelen и Hunger, 1998). Они упомянули, что эти четыре основных элемента взаимодействуют друг с другом. На корпоративном уровне процесс стратегического управления включает действия, которые варьируются от сканирования окружающей среды до оценки производительности. Организация сканирует как внешнюю среду для выявления всех возможностей и угроз и внутреннюю среду для сильных и слабых сторон.

Подход Бенниса и Неймуса основан на том факте, что будущий статус фирмы рассматривается как лидер и способность к развитию бизнеса, как проявление мастерства предпринимателя как вида искусства. В настоящее время этот подход высоко ценится исследователями по вопросам менеджмента и управления. Этот подход стремится видеть будущее компании на уровне, который обладает уникальной квалификацией, чтобы представить ее на рынке и в бизнесе, сделать ее привлекательной для инвесторов и защитить ее от влияния оппонентов. В настоящее время процесс стратегического управления - это процесс, направленный на развитие различных возможностей.

-Подход К. Эндрюса - определение будущего статуса организации путем адаптации текущей ситуации компании к ее потенциалу развития и внешним тенденциям развития;

-Подход М. Портера - определение целевого статуса компании в результате анализа конкуренции на местах. В этом случае будущая ситуация связана с позициями конкурента компании;

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

-Подход Бенниса и Неймуса - лидер должен видеть цель своей фирмы;

-Эффективный инкриминизм- целевой позицией фирмы является отказ от институционального кризиса.

-Следовать за лидером - целевая позиция фирмы как позиции полевого лидера.

Таблица 1. Модели стратегического управления.

Название модели	Краткая характеристика
Тип «Темп увеличения доли рынка - доли рынка» (модель BCG)	Состояние фирмы формируется относительно всех других предприятий (участников) на рынке.
«Привлекательность рынка - Конкурентоспособность компании » (модель GE / Mckinsey, Shell / DPM)	Стратегическое позиционирование конкретных бизнесов, которые входят в бизнес-портфель холдинговой структуры.
«Этап эволюции рынка (жизненного цикла товара)- конкурентная позиция компании (модель ADL)	

Составлена автором.

При описании моделей, упомянутых в таблице 1, можно отметить, что модель BCG является логическим завершением исследования, проведенного экспертами Бостонской группы Консалтинга. В процессе изучения деятельности различных компаний, производящих 24 основных вида продукции в восьми отраслях, был установлен эмпирический факт, что себестоимость единиц продукции снизилась на 10-30% при удвоении объема производства. Этот факт приводит к такому выводу, что переменные затраты являются одним из ключевых факторов успеха бизнеса и определяют конкурентное преимущество компании перед другой компанией. Модель BCG ориентирована на денежные потоки компании или отдельные бизнес-операции.

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

Главная особенность GE / Mckinsey 7S заключается в том, что он сочетает в себе не только объем продаж, прибыль, инвестиции, но и субъективные характеристики бизнеса, такие как доля рынка, технологические изменения и кадровое обеспечение. Одна из ключевых особенностей этой модели заключается в том, что разные факторы могут давать разные весовые коэффициенты в зависимости от характера бизнеса или другого типа бизнеса, что позволяет более точно оценивать каждый тип бизнеса. Факторы в модели McKinsey 7S разделены на две части: 1. «сложные» элементы: структура, стратегия, системы (системы) - это элементы, которые могут быть изменены руководством; 2. «Элементарные» элементы: контроль и управление персоналом, навыки, стиль, общие ценности и общие ценности, которые в значительной степени зависят от управления, в основном окружающей среды и людей это сложно.

Матрица Shell / DPM (Direct Policy Matrix) - это развитие идеи позиционирования бизнеса, которая является основой BCG, аналогичной модели GE / Mckinsey. Если стратегический ориентир для модели BCG основан, главным образом, на оценке денежных потоков, которая является показателем краткосрочного планирования, и, в отличие от модели долгосрочного планирования GE / McKinsey, Shell / DPM предлагает эти два показателя одновременно. Эта модель также позволяет решить проблему объединения качественных и количественных переменных в одной параметрической системе, и, в отличие от модели BCG, она не зависит напрямую от статистической зависимости между долей рынка и прибыльностью бизнеса.

Подход Артура Д.Литтла (ADL) подразумевает выбор конкретной стратегии. По сути, выбор такой стратегии является серьезным шагом к оперативному планированию без стратегического планирования.

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

Это некоторые из наиболее распространенных, традиционных моделей стратегического планирования, которые можно увидеть в десятках компаний от локального до глобального уровня.

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

ГЛАВА II. ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ АЗЕРБАЙДЖАНА.

2.1. Стратегия функционирования предприятий на современном этапе развития экономики.

При разработке стратегии развития фирмы важно выполнить ряд требований:

• достижение должно быть ключевыми целями, которые имеют решающее значение для всей работы;

• следует сообщать о согласованном руководстве;

• продвигать прогрессивную инициативу;

• Основные силы должны быть сосредоточены в правильном месте и в нужное время;

• предоставлять гарантированные ресурсы;

• Гибкость тактических действий для минимального использования ресурсов при максимальном достижении.

Стратегия должна исходить из реальных возможностей фирмы, а не из желаний. Стратегия это реакция фирмы, на объективную внешнюю и внутреннюю ситуацию. Стратегия развития основана на результатах внешней и внутренней экономики, в первую очередь, благодаря выявлению способностей фирмы разоблачать требования рынка и выполнять их.

Стратегия развития компании предусматривает разработку комплекса мер, которые позволят ей выжить на рынке. после утверждения стратегии развития и стратегического плана своей фирмы фирма начнет обосновывать свои планы в области маркетинга и производства, выстроит

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

организационную структуру управления, определит размер инвестиций, определит зарплату персонала и так далее.

Стратегия фирмы также может развиваться после ее утверждения. Не всегда можно все продумать до порога и потом долго жить без изменений. Процесс подготовки стратегии чувствителен к любым изменениям в окружающей среде. Из-за характера конкуренции, которую мы не можем предсказать на рынке, наблюдается рост и падение цен, новые подходы к государственному регулированию, и, следовательно, они могут потребовать изменения стратегии у субъекта хозяйствования. Какой бы ни была реакция фирмы, это всегда что-то новое, и ее новые стратегические пробелы будут открыты. Поэтому задача улучшения стратегии бесконечна. Стратегия развития фирмы должна включать в себя как запланированные и продуманные действия, так и способность реагировать на важные инновации.

2. Однако у каждого предприятия должна быть своя собственная стратегия действий, независимо от его среды, потому что бизнес не всегда может изменить свой курс, не может быть на 100 процентов гибким и реагировать на любые изменения в экономической среде организационными изменениями. Развертывание предприятия, его здания, оборудование, технологии и персонал имеют конкретные пространственные и временные рамки. Принятая однажды и выполненная работа по их внедрению влияет на инерцию земледелия. Таким образом, планирование предприятия является средством реагирования и адаптации к этим изменениям, чтобы создать свое будущее в контексте этих изменений. (Mintzberg, H. (1994), “The Fall and Rise of Strategic Planning”; Harvard Business Review; Jun-Feb 1994, pp. 107-114.)

Современное понятие стратегии исходит из необходимости поддерживать максимальную гибкость фирмы. Она относится к формированию будущих идей будущего и не затрагивает ее детали и составляющие. Он строго согласован со структурой и состоянием существующих ресурсов, поэтому

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

изменения неизбежны. Организационным выражением стратегии является стратегическое планирование. Он является документом, удостоверенным выбранной стратегией развития фирмы.

Стратегическое планирование, во-первых, устанавливает будущий процесс моделирования, который определяет долгосрочные цели развития и нуждается в долгосрочной концепции развития. Во-вторых, это процесс управления стратегическим соответствием между целями компании, ее потенциальными возможностями и шансами в будущем. Наконец, в-третьих, стратегическое планирование является адаптивным процессом. В результате этого процесса верно следующее: a) регулярные (ежегодные) корректировки, вносимые в форме планов; (b) Пересмотр системы мер для реализации этих планов на основе постоянного мониторинга и оценки изменений в работе Указа.

Общий стратегический план для долгосрочной деятельности фирмы комплекс мер который должен выглядеть как программное обеспечение.

Посмотрев на существующие стратегические альтернативы, руководство сосредоточивается на конкретных стратегиях. Целью выбора стратегии является максимизировать долгосрочную эффективную работу организации (фирмы). При определении стратегии выбора выбор не должен быть однозначным. Связь с любым конкретным выбором, будущей стратегией следовательно, может быть ограничено предметными исследованиями и принятием решений должно быть основано на оценке.

План действий представляет собой набор конкретных действий для реализации стратегических задач. Планы действий являются механизмом для мобилизации соответствующих бизнес-процессов и процедур для предприятий. Планы действий описывают, кто будет выполнять работу и когда она закончится. Он также отслеживает достижения в соответствующих миссиях на четкой основе.

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

В настоящее время во многих компаниях страны разрабатывается режим регулярного мониторинга методом сбалансированной системы показателей. Кроме того, тенденции развития анализируются и сравниваются, чтобы четко описать результаты действий.

Хотя стратегическое планирование в первую очередь рассчитано на долгосрочную перспективу, большая часть стратегического планирования основана на уровне внешней среды (большинство отечественных предприятий имеют краткосрочное и среднесрочное планирование, которое зависит от уровня неопределенности внешней среды). Однако долгосрочное планирование со стратегическим планированием - это совершенно другой подход. Стратегическое планирование - это процесс управления стратегическими целями предприятия в области маркетинга, установления и поддержания его стратегических возможностей и возможностей. Это относится к явному заявлению предприятия (фирмы, компании и т. д.).

Стратегия должна выглядеть как функция ориентации, а не как функция времени. Эта функция должна включать глобальные цели предприятия. Стратегическое планирование отражает результаты деятельности предприятия в более широком смысле по сравнению с долгосрочным планированием. Этот процесс должен отражать изменения во внешней среде наряду с элементами окружающей среды. Вот такие факторы, как социальные и политические факторы, вкусы потребителей и активность конкурентов. Тем не менее, стратегическое планирование должно описывать не только долгосрочные цели предприятия, но и способы их достижения. Основным отличием между стратегическим планированием и долгосрочным планированием является выявление альтернативных тенденций развития в будущих планах стратегического планирования. Стратегическое планирование имеет решающее значение для прогнозирования продаж, производства и финансовой деятельности предприятия. Крайне важно, чтобы

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

руководители предприятий решали, какие количества они будут продавать, чтобы минимизировать бизнес-риски в неопределенных условиях.

В целях реализации этих мер с меньшими затратами и целенаправленным исполнением управление стратегическими вопросами на предприятии имеет следующие обязанности: - выявлять и осуществлять стратегические изменения в организации; - создать организационную архитектуру, которая поможет вносить стратегические изменения; - выбирать и обучать персонал, способный осуществлять стратегические изменения. Основной целью стратегического управления является достижение основной цели предприятия путем сосредоточения внимания на потребительской ориентации, прибыльности и более эффективной маркетинговой деятельности с учетом потребностей потребителей и общества. Для этого формируются стратегические и тактические маркетинговые цели. Долгосрочной стратегической целью предприятия и маркетинга в новых экономических условиях является получение прибыли с учетом потребностей потребителей и интересов других субъектов рынка. Однако на определенный период предприятие и его маркетинговая деятельность могут быть нацелены на достижение других стратегических целей, таких как достижение как можно более высоких результатов, достижение высокой потребительской приемлемости, предложение широкого спектра продуктов или обеспечение высокого качества жизни.

Стиль роста в современном выражении столь же консервативен, как и стиль предпринимательства, направленный на агрессивный рост. Затем руководство может вносить изменения, с которыми организация сталкивается с трудными проблемами во внешней среде, и эти проблемы вынуждают ее находить новые возможности для поддержания эффективности компании. Стратегическое планирование заключается в выборе конкретных стратегий для выявления и достижения ресурсов, необходимых для формулирования намерения и цели организации, процесс

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

их распределения для обеспечения их работы. Процесс стратегического планирования является инструментом, который помогает принимать управленческие решения. Его миссия - обеспечить достаточные инновации и организационные изменения, чтобы адекватно реагировать на изменения окружающей среды.

Группе по корпоративной стратегии поручено анализировать информацию о проблемах, целях, возможностях и возможностях своей компании. Эти типы групп объединяют стратегические цели и появляющиеся факты из нескольких областей бизнеса в определенную, всеобъемлющую структуру, а затем рекомендуют, как наилучшим образом реализовать стратегию в своих организациях.

Команда по разработке стратегии предприятия может стремиться к росту на высшем уровне с помощью стратегии, ориентированной на приобретение, или с помощью потенциальных совместных предприятий. Он также может рекомендовать запуск нового продукта или продажу через новый канал. В качестве альтернативы это может привести к росту прибыльности за счет повышения операционной эффективности за счет оптимизации или реструктуризации. Сказать, что у стратегических команд сложная работа, было бы преуменьшением. Их просят оглянуться за угол, представить себе будущее и сделать ставку на некоторые из самых непредвиденных событий.

Согласно Приказу Кабинета Министров Азербайджанской Республики № 57 от 20 апреля 2004 года о классификации деятельности субъектов малого предпринимательства (в основном малые предприятия) определяются по секторам следующим образом:

- n в строительстве и промышленности - численность работников составляет 40 человек и годовой оборот составляет менее 200 000 манатов;

-n в сельском хозяйстве - количество работников составляет 15 человек, а годовой оборот составляет менее 100 000 манатов;

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

-n оптовая торговля - количество сотрудников составляет 10 человек, а годовой оборот составляет менее 300 000 манатов;

-n другие сферы - численность персонала составляет 5 человек, а годовой оборот менее 100 000 манатов.

Развитие малого и среднего предпринимательства в Азербайджане (далее - КОС) - имеет особое значение для диверсификации экономики, повышения конкурентоспособности, занятости, удовлетворения спроса на товары за счет местных ресурсов и обеспечения экономического развития.

Малые и средние предприятия (МСП) являются основой развития бизнес среды, и, согласно ЕС, эти виды бизнеса составляют 99% всех предприятий в ЕС (European Comission, 2018). Для определения, является ли организация МСП или нет были выделены следующие ключевые определения:

1) численность персонала

2) оборот или итоговый баланс

В следующей таблице показано, как ЕС подходит к определению МСП (European Comission, 2018).

Таблица 2. Категоризация МСП

Категория компании	**Численность персонала**	**Оборачиваемость**	**или**	**Итоговый баланс**
Средние	< 250	≤ € 50 м		≤ € 43 м
Малые	< 50	≤ € 10 м		≤ € 10 м
Микро	< 10	≤ € 2 м		≤ € 2 м

Источник: http://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/sme-definition_en

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

Так как большинство предприятий создаются в качестве МСП они составляют особую значимость в деловой среде. Деловая или бизнес среда в стране может стать либо препятствием, либо благоприятным для роста МСП (Levy & Powel, 2005., стр 78).

МСП особенно важны для развития стран с развивающейся экономикой, поскольку дефицит в доходах в этих странах значителен, что делает МСП важным средством улучшения благосостояния населения.

Кроме того, МСП являются основой и начальными этапами развития крупного бизнеса. Поскольку трудно определить, какие МСП поднимутся на вершину, а какие потерпят неудачу, необходимо создать правильную среду для процветания МСП (Levy & Powel, 2005., стр 102).

МСП важны не только потому, что они составляют большую часть предприятий, но и играют важную роль для крупных предприятий. Многие крупные организации передают часть своей деятельности сторонним МСП, и эти МСП являются неотъемлемым элементом всего процесса производства и предоставления услуг

Таким образом, правительства также заинтересованы в существовании быстро развивающегося сектора МСП в стране, и они обычно оказывают поддержку в виде налоговых льгот и ряда других инициатив.

Малые предприятия могут быть созданы в первую очередь путем отделения структурных и производственных подразделений, а также производственных подразделений от предприятий и объединений. В современных условиях последний считается более оптимистичным. Малые предприятия могут создаваться с участием государственных, общественных кооперативных предприятий, частных лиц и организаций на основе других форм собственности.

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

Малые предприятия играют важную роль в обеспечении внутренних рынков товарами и услугами, ликвидации монополии и расширении конкуренции во всех сферах, а также возникновении предпринимательского творчества, производстве доступных трудовых и материальных ресурсов и всестороннем удовлетворении потребностей населения. В то же время малые предприятия переходят к рыночным отношениям в республике, совершенствуют рыночные механизмы, создают прямые экономические отношения между производителями и потребителями, а также вовлекают больше работников в экономические реформы и технологическую перестройку производства, и в конечном итоге увеличивают доходы и покупательную способность населения. В некоторой экономической литературе мелкие и малые предприятия сгруппированы следующим образом:

1) Мелкие предприятия - иногда их называют одним предприятием. На таких предприятиях инвестор, владелец бизнеса, работодатель, лицо, принимающее решение, и бенефициар одинаковы. Такие предприятия также могут быть преобразованы в малые предприятия с небольшим количеством работников. Просто получить прибыль в таких компаниях, где доходы, риски связаны с одним человеком, а принятие решений является гибким.

2) Малые предприятия сгруппированы следующим образом. То есть с учетом количества работников, в зависимости от сферы деятельности предприятия их называют малыми предприятиями. Число занятых в промышленности составляет до 50, в строительстве 25, на транспорте - до 15, в торговле и сфере услуг - до 10. Управление на этих предприятиях является бесплатным, управление предпринимателем, прибыль предприятия принадлежит лицу или небольшой группе, действует в определенной области, предприниматели и рабочие являются резидентами области, ключевые показатели ниже, чем у средних размеров.

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

В Азербайджане среднегодовая численность работников малых предприятий составляет 50 человек в промышленности и строительстве, 25 в сельском хозяйстве, 15 в оптовой торговле, 10 в розничной торговле, транспорте и сфере услуг, а годовой оборот составляет 500 в промышленности и строительстве. 250 манатов в сельском хозяйстве, 1 миллион манатов для оптовой торговли, 250 000 манатов для розничной торговли, транспорта и сферы услуг.

В Европейском Союзе субъекты малого бизнеса включают до 50 физических лиц, годовой оборот или активы балансовой стоимостью 10 миллионов евро.

По данным Госкомстата за январь 2018 года, в Азербайджане зарегистрировано 165 386 субъектов малого предпринимательства. Из них 145 851 человек были зарегистрированы в качестве индивидуальных предпринимателей (физических лиц). Доля малого бизнеса в национальном доходе составила 3,2 %, а доля занятого населения – 6,1%.В Азербайджане доля малого предпринимательства в секторах экономики составляет 64,6% в торговле, 10,69% в транспорте, 6,5% в отелях и ресторанах, 2,23% в промышленности, 1,91% в сельском хозяйстве, 0,74% в строительстве и в других секторах. составила 13,33%.

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

Таблица 3. Количество субъектов малого и среднего предпринимательства в Азербайджане в 2016-2017-ые годы.

Показатели	2016			2017		
	Всего	В том числе		Всего	В том числе	
		Юридические лица	Частные предприниматели		Юридические лица	Частные предприниматели
Общее количество хозяйствующих субъектов	191695	20932	170763	169603	23752	145851
Количество субъектов малого предпринимательства	187598	16835	170763	165386	19535	145851
Количество субъектов среднего предпринимательства	4097	4097	-	4217	4217	-

Источник: https://www.stat.gov.az/source/entrepreneurship/

В годовом отчете Всемирного банка отмечается, что, несмотря на уровень экономического развития и географическое положение, большая часть экономической деятельности в мире связана с малым предпринимательством. Во многих странах, даже в странах с экономическим переходом, есть свои крупные предприятия.

Хотя большинство хозяйствующих субъектов, действующих в этих странах, в настоящее время являются малыми предприятиями, они хорошо известны. Если добавить это к неформальному сектору, то их число может быть значительно выше.

Отметим, что на малых предприятиях с предпринимателем и внутренними ресурсами управление относительно проще, чем в крупных компаниях. Исследования, проведенные экспертами Всемирного банка в 54 всемирно известных и развивающихся странах, показывают, что институциональные факторы основаны на причинах возрождения малого и среднего бизнеса в развивающихся странах. Путем мобилизации внутренних возможностей малых предприятий, развития делового климата в штате,

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

политика, которая поддерживает развитие удара. Кроме того, недостатки в правовых механизмах многих стран мира были факторами, которые препятствовали развитию рыночной экономики.

2.2 Современный уровень стратегического планирования на предприятиях.

В рыночных условиях фирмы постоянное влияние внутренней и внешней среды, а также спроса и предложения требует твердой бизнес-стратегии на ее основе. В этом случае существующая система управления компании должна быть существенно улучшена для создания сбалансированной бизнес-системы, разработки и реализации стратегии диверсификации и конкуренции. Инновации на рынке заставляют фирму реагировать на эти изменения, и она продвигает более стратегические идеи. Поэтому необходимо постоянно улучшать стратегию.

Правильно сформулированные цели должны отвечать таким требованиям, как доступность, гибкость, измеримость, конкретность, приемлемость, согласованность (долгосрочные цели должны быть пропущены, а среднесрочные цели должны быть долгосрочными). Если раньше главной целью считалось коммерческое предприятие, то рост выручки и ориентированные на клиента стили управления выходили на первый план. Питер Друкер видит цель организации в увеличении числа своих клиентов. В западных странах финансовые и стратегические цели делятся на два типа: по видам финансов - увеличение доходов, увеличение дивидендов, увеличение доходов от инвестиций, увеличение стоимости акций и т. д. связаны; в стратегических целях - увеличение доли организации на рынке, повышение качества продукции, снижение затрат, повышение уровня обслуживания потребителей, конкурентоспособность на внешних рынках и т. д. После определения стратегических целей для каждой цели готовится

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

стратегический набор или план. Целесообразно ориентировать стратегические цели на создание сильных конкурентных позиций в любой конкретной сфере деятельности. Обычно следующие восемь месяцев основаны на ключевых областях, в которых организация определяет свои цели: ситуация на рынке; инновации; производительность; ресурсы; рентабельность; аспекты управления; отношение персонала; социальная ответственность. Надо бы упомянуть кредит организации. Кредо фокусируется на достижении организационных целей путем создания внутренней целостности компании. Например, кредо корпорации «Дженерал Моторс» «обеспечивает потребителей качественными автомобилями». Кредо Azersun Holding - это «обслуживание людей с высококачественными продуктами», кредо «AG bank» - это «право быть богатыми», а кредо Bakcell - «расти непостоянно». Эффективность выбранной фирмой стратегии напрямую связана с расширением рынка и культурой управления. Расширение рынка может включать в себя поиск и привлечение новых пользователей товаров и услуг или подготовку новых продуктов. Вполне возможно, что новые пользователи находятся внутри и за пределами страны. В связи с этим опыт зарубежных фирм представляет интерес. Поэтому нам нужно раскрыть их краткое содержание. Например, когда Asda (ныне принадлежащая Wal-Mart) пыталась привлечь новых клиентов к своим продовольственным товарам из Южного Йоркшира на юг, Sainsbury предпринял новую атаку на новые рынки, двигаясь с юго-востока на север. Новые сегменты также могут быть доступны по существующим или конфиденциальным требованиям к продукту. Изменение позиции Lucozade на высококалорийные напитки, которые ранее продавали только свою продукцию своим родителям, создало новые сегменты для товарного рынка. Это не только захват рынка, но также расширение «EasyJet» и «Rynair», без дополнительного обслуживания, классического типа. Авиакомпания «Ryanair» предоставляет пассажирам точный выбор маршрутов, по которым никто никогда не летал. Land Rover, который принадлежит брендам

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

Freelander, Discovery и Range Rover, решил увеличить спрос на полноценные автомобили, предлагая собственные марки автомобилей. Первым шагом было обнаружение водителей, заинтересованных в новой идее компании посредством буклет и прямой почтовой рекламы. Позже компания начала проводить личные встречи с дилерами, прямую почтовую рекламу и прямой маркетинг по телефону с широким спектром 55 протестированных водителей. За первые 12 месяцев работы компании в базу данных клиентов было добавлено 80 000 потенциальных покупателей, и было реализовано 10 000 тест-драйвов, из которых 28% были проданы.

При подготовке базовой стратегии для многонациональных и многосторонних организаций необходим еще один фактор - как организация объединяет различные сферы деятельности, то есть роль каждого вида деятельности в общем портфеле организации.

Компания определяет свои маркетинговые цели после определения рыночных возможностей и угроз, основных факторов для успеха в своей области и роли конкретных продуктов / видов деятельности в общем портфеле организации. Организация должна иметь как краткосрочные, так и долгосрочные цели. Долгосрочные цели отражают общие цели и задачи организации в долгосрочной перспективе. Чтобы достичь долгосрочных целей, мы должны привести их к более коротким целям, которые служат этим целям. Долгосрочные цели компаний, работающих в коммерческой сфере, в первую очередь основаны на прибыли или доминировании на рынке.

Некоммерческие организации также ориентированы на краткосрочные и долгосрочные цели. Как уже отмечалось, рыночная стратегия фирмы - это метод таргетирования. В то время базовая стратегия должна основываться на использовании прогрессивных технологий, более низких цен или более качественного обслуживания. Базовая стратегия влияет на решающие факторы успеха, используя решающее преимущество компании в достижении корпоративных целей. Базовая стратегия защиты фирмы может

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

варьироваться в зависимости от этапов жизненного цикла продукта / услуги. В современных условиях стратегия экспортной стратегии ориентирована на рыночную стратегию компании. Эту стратегию можно классифицировать по следующим характеристикам: - форма экспорта; - о видах и объемах экспортируемой продукции; - по количеству экспортных рынков; - по типу ценовой политики; - продвижение продаж и использование рекламы; - на уровне понесенных расходов. Компании, которые не в состоянии конкурировать с острыми требованиями рынка, подвергаются банкротству и прекращают свою деятельность, потому что они не управляют своими расходами должным образом. Таким образом, одной из важнейших проблем при разработке экспортной стратегии является проблема затрат. В соответствии с их уровнями они классифицируют стратегии затрат на низкие, средние и высокие расходы. Экспортная стратегия является частью международной деятельности компании. Зарубежные исследователи А. Томпсон и А. Стрикленд предложили «Пирамиду развития стратегии». Его можно использовать для определения других стратегий в общей стратегии предприятия. Сама маркетинговая стратегия посвящена маркетинговой стратегии и международной маркетинговой стратегии на внутреннем рынке. Последнее включает в себя стратегии импорта и экспорта. Стратегический обзор стратегической дорожной карты по тяжелой промышленности и машиностроению в Азербайджане до 2020 года направлен на удовлетворение большей части потребностей внутренних потребителей в сегменте с низким и средним значением и увеличение доли азербайджанской продукции на региональном рынке. В результате реализации Стратегической дорожной карты будет улучшена структура отрасли, увеличится доля тяжелой промышленности и машиностроения в промышленности и занятости, что превратится в одну из основных движущих сил экономического роста, и общий экономический потенциал будет готов к реализации целей, поставленных на период после 2020 года, оптимальное использование имеющихся ресурсов и внедрение эффективных методов производства на

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

предприятиях. Значительные улучшения будут внесены в факторы, которые влияют на конкурентоспособность предприятий (например, стандарты, техническое регулирование, человеческий потенциал, продвижение инноваций, интеллектуальная собственность и т. Д.), Что будет отвечать потребностям местных потребителей на рынке традиционных продуктов. Долгосрочный взгляд на стратегическую карту на период до 2025 года был преобразован в центр тяжелой промышленности и машиностроения Азербайджанской Республики путем формирования цепочки добавленной стоимости за счет местного потенциала в большинстве сегментов с низким и средним значением в стране, от регионального до полной конкурентоспособности.

2.3. Информационное обеспечение стратегического планирования на предприятиях.

Для эффективного осуществления процесса стратегического планирования планировщики должны собирать и анализировать объемы информации из различных источников.

Процесс сбора информации не следует рассматривать как происходящий только в течение нескольких месяцев в году, вместо этого организации стремятся собирать информацию непрерывно.

Организации должны определить, есть ли надвигающиеся проблемы и проблемы, которые могут повлиять на их способность процветать или выживать на рынке спорта и отдыха. Например, организации отдыха, которые регулярно получают государственное финансирование, должны быть в курсе любых предстоящих изменений в политике финансирования.

В таблице ниже приведены дополнительные примеры того, как информация необходима и используется в целях стратегического планирования для обеспечения выживания и процветания организации.

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

Рисунок 4. Информация в процессе стратегического планирования.

Составлен автором.

Данные отрасли. Информация об изменениях, тенденциях и росте индустрии отдыха может помочь предприятиям отдыха лучше понять, как конкурировать на рынке спорта и отдыха.

Данные предприятия. Собственная база данных предприятия должна предоставлять важные данные о тенденциях в отношении клиентов, участников и / или участников мероприятий, программ и мероприятий, проводимых предприятием.

Опросы клиентов . Опросы клиентов могут дать представление об уровнях удовлетворенности и выделить услуги и виды деятельности, которые можно улучшить.

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

Спонсоры . Спонсоры могут предоставить информацию о своем намерении продолжать спонсорство и о том, могут ли события быть улучшены в маркетинговых целях.

Данные социального тренда . Данные о социальных трендах, таких как то, как люди работают и проводят свой досуг, могут повлиять на то, как организации отдыха решат предложить свои продукты и услуги.

Бенчмаркинг . Сравнительный анализ (расследование других подобных предприятий или организаций) может предоставить информацию об управлении «передовой практикой».

Демографические данные. Данные, предоставленные Комитетом Статистики, могут предоставить информацию об изменениях в местном населении в отношении возраста, занятости, этнического происхождения и других факторов, которые могут быть важны при определении места расположения учреждения или предприятия.

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

ГЛАВА III. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

3.1. Методический инструментарий оценки эффективности стратегического планирования в управлении деятельностью предприятий.

Непрерывная оценка стратегического плана имеет первостепенное значение для долгосрочного успеха плана. Известно, что не существует «простого правила» стратегического планирования. Те, кто разрабатывает стратегические планы в корпорациях, всегда ищут что-то новое. Даже первый объект, с которым была связана концепция стратегии, был загадочным. Обычная уверенность в результатах модели не гарантирует полного успеха. Если вы уверены в сложной организации простой модели, то это нормально. Это также создает основу для ошибки. В современной конкурентной среде бизнеса высший орган управления не может надеяться на планирование его реализации посредством своей модели действий. СП всегда должен поддерживаться процессом «сверху вниз», и его должно поощрять и ценить высшее руководство. Если более высокий импульс управления ослабевает, сам процесс затягивается. Он строго проверяется при разработке формального плана оценки.

Оценка стратегии осуществляется путем сравнения результатов деятельности с ее целями. Чтобы быть эффективной, она должна проводиться систематически и непрерывно. Подготовленные процессы должны полностью охватывать все уровни сверху вниз. Во время оценки СП необходимо ответить на пять вопросов: 1. Гармонизирует ли стратегия со внутренними возможностями организации? 2. Является ли риск стратегии приемлемым? 3. Достаточно ли у организации ресурсов чтобы реализовать стратегию? 4. Учитывает ли она внешние угрозы и возможности? 5.

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

Считается ли какая-либо стратегия наилучшим способом использования ресурсов компании? Несколько количественных и качественных критериев используются в процессе оценки. Они приведены в таблице 4. Несомненно, существуют проблемы с определением количественных показателей и оценок стратегии.

Таблица 4. Количественные - качественные критерии оценки.

Количественные	**Качественные**
-Доля рынка -Удовлетворенность сотрудников -Увеличение объема продаж -Норма дивидендов -Курсы акций в дни, потерянные из-за праздников -Производственные затраты и уровень эффективности -Чистая прибыль -Потоки прибыли -Прирост капитала -Оплата по ценным бумагам	-Возможность привлечения высококвалифицированных менеджеров. -Расширение объемов обслуживания клиентов -Углубление знаний о рынке -Уменьшение угроз -Использование ресурсов

Составлена автором.

Измеримый аспект стратегических целей иногда называют ключевыми показателями эффективности, поскольку они обеспечивают основу для сбора реальных данных, необходимых для оценки прогресса в достижении целей. Сильные ключевые показатели эффективности выражаются количественно в зависимости от количества единиц или объема продаж, которые должны быть достигнуты, а также в виде конкретных сроков для достижения этих целей.

SWOT-анализ помогает планировать будущее путем стратегической оценки текущей ситуации в компании. Он отображает внутренний ландшафт, перечисляя сильные и слабые стороны, а также отображает внешнюю ситуацию с точки зрения возможностей и угроз.

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

Анализ VMOST, также известный как анализ MOST, является основой и техникой оценки для стратегического планирования в организации. Анализ гарантирует, что заинтересованные стороны в организации получают достоверную информацию о желаемых изменениях в своей организации. После тщательного выполнения этого анализа, он представит различные варианты того, как добиться изменений, сохраняя при этом стратегическое и долгосрочное видение организации. Структура объединяет и видение и тактику, чтобы преследовать это видение. В дополнение к элементам видения (V) и миссии (M) компонентами акронима VMOST являются: цели, стратегии и тактика.

Например, анализ может повысить эффективность инвестиций в компанию, стимулируя добавленную стоимость, чтобы помочь компании двигаться в правильном направлении. Основным преимуществом этого структурированного метода является то, что он позволяет членам команды ставить цели на каждом уровне организации. Поскольку анализ работает сверху вниз, он гарантирует, что фокус остается на самых важных целях.

Анализ VMOST был разработан Ракеш Сондхи, профессором глобальной стратегии в Hult International Business School, и опубликован в его книге «Общая стратегия» (1999).

Многие сотрудники обычно стремятся сосредоточиться на повседневной деятельности и видении компании. Они часто забывают следовать курсу, который изначально имела в виду компания. В результате стратегии, цели и тактика становятся излишними, равно как и миссия и видение. Самая большая опасность состоит в том, что цели и желаемые результаты не достигаются, даже когда сотрудники стараются их достичь. По этим причинам организации нужна четкая стратегия, в которой объединены все компоненты и соответствующие аспекты компании. Следующие компоненты, которые могут быть расширены при необходимости, объединяются в VMOST Анализе:

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

Видение и миссия составляют основу эффективной стратегии, обеспечивая руководящие принципы для более практичных и осязаемых аспектов плана. Видение является абстрактным руководящим принципом, таким как улучшение и обеспечение обслуживания клиентов мирового уровня. Миссия - это более конкретное выражение этого видения, например, разработка и создание экологически чистых технологий или обеспечение того, чтобы каждый клиент чувствовал себя единственным клиентом.

Рисунок 5. Модель MOST.

Составлен автором.

1. Видение

Набор идей, который описывает, как должно выглядеть будущее, называется видением. Кроме того, видение также часто содержит идею о том, как и какие продукты следует предлагать. Хорошее видение имеет долгосрочный характер, хотя из-за высокого уровня динамики в организационной жизни их, возможно, придется изменить по пути.

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

2. Миссия

После того, как видение было создано, миссии являются краткими действиями изменений, чтобы помочь компании реализовать свое видение. Миссии ориентированы на действия и содержат конкретные, выполнимые планы, часто на высоком уровне.

3. Цели

После того, как миссии были установлены, цели связываются с ними, чтобы помочь пользователю измерить уровень их успешности. Цели - это контрольные точки, которые позволяют пользователю узнать, была ли выполнена отдельная миссия или нет. Измерение успеха часто выполняется с помощью ключевых показателей эффективности (KPI). SMART аббревиатура - это удобный инструмент для формулирования реалистичных целей. Если цель была определена SMART-способом, это означает, что она конкретна, измерима, достижима, актуальна и ограничена во времени.

4. Стратегия

Для достижения своих целей стратегия должна быть связана как минимум с одной целью миссии. Следствием этого является то, что стратегия часто приводит к сложной и всеобъемлющей идее о том, как следует управлять компанией.

5. Тактика

Тактика - это действия, которые необходимо выполнить, чтобы выполнить стратегию. Каждая стратегия содержит ряд тактик, которые могут выполнять различные бизнес-единицы. Тактика включает в себя несколько подразделений и поэтому часто является частью нескольких групп, таких как продукт, человеческие ресурсы, процессы, технологии или маркетинг.

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

Метод анализа VMOST является наиболее подходящим, чтобы гарантировать согласованность стратегии различных компонентов. Согласование стратегии с различными вышеупомянутыми элементами позволяет пользователю определить, является ли стратегия логичной и эффективной, и достичь желаемых целей.

Бизнес-аналитики признают особенно высокий уровень применимости анализа VMOST в проектах. Структура VMOST может применяться к программе или проекту, чтобы помочь определить миссию, цели, стратегию и тактику проекта, необходимые для достижения этих целей. Основной целью всех этих приложений является согласование различных компонентов или элементов в компании.

Анализ VMOST - это высоко структурированный, но простой и эффективный метод для определения целей членов команды на всех уровнях организации. Это обеспечивает высокий уровень соответствия среди членов команды, что, в свою очередь, пойдет на пользу результатам компании. Обычно анализ проводится для изучения текущей стратегии организации или подразделения, хотя структуру VMOST можно также использовать для определения текущих и будущих стратегий, проектов, программ и даже индивидуальных целей.

Анализ дисперсии- оценка стратегической эффективности это не просто вопрос достижения или не достижения ваших целей, но также и оценка того, насколько близко или далеко вы были от их достижения. Дисперсия - это степень отклонения вашей производительности от установленных вами вех. При постановке начальных целей также учитывайте, какой уровень отклонения будет приемлемым или неприемлемым. Приемлемый уровень будет выше для средне- и долгосрочных целей, чем для краткосрочных целей.

Положительное отклонение означает, что вы превысили свои цели. Положительное отклонение может указывать либо на то, что ваша компания

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

показала особенно хорошие результаты по сравнению с ожиданиями, либо на то, что ваши ожидания слишком низки.

Аналогичным образом, результат, который хуже ожидаемого, может означать, что вы не на пути к достижению более долгосрочных целей или что вы слишком высоко цените свои цели. Процесс анализа отклонений включает в себя как оценку вашей производительности относительно ваших целей, так и оценку ваших целей относительно переменных, которые вы не могли предвидеть, когда изначально устанавливали их.

3.2. Взаимосвязь стратегического и оперативного планирования как фактор успешности реализации стратегий предприятия.

Стратегическое управление - процесс, который определяет последовательность действий фирмы по разработке и реализации стратегии. Оно включает взаимодействие с внешней средой, учитывает цели, разработку стратегий, определение необходимых ресурсов и достижение целей. Они различают два основных конечных продукта стратегического управления. Одними из них являются потенциал организации для достижения своих целей в будущем, и внутренняя структура, а также организационные изменения, которые делают фирму чувствительной к изменениям во внешней среде. Стратегическое управление отличается операционным и стратегическим типами. Потенциал фирмы и ее стратегические возможности определяются качеством корпоративного поведения и персонала. На основе организационного поведения выделяется следующее:

- технология, производственное оборудование и средства, их сильные стороны и возможности;

- емкость и возможности оборудования, связанного с разработкой и передачей информации;

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

- уровень производства;

- полномочия правительства, распределение функций и полномочий по принятию решений;

- отдельные группы и отдельные лица, организационные обязанности;

- внутренние связи и процедуры.

Качество персонала определяется следующим:

- с учетом изменений;

- профессиональные знания и навыки в области дизайна рынка, анализа и др;
- умение решать стратегические вопросы;

- решать вопросы, связанные с организационными изменениями;

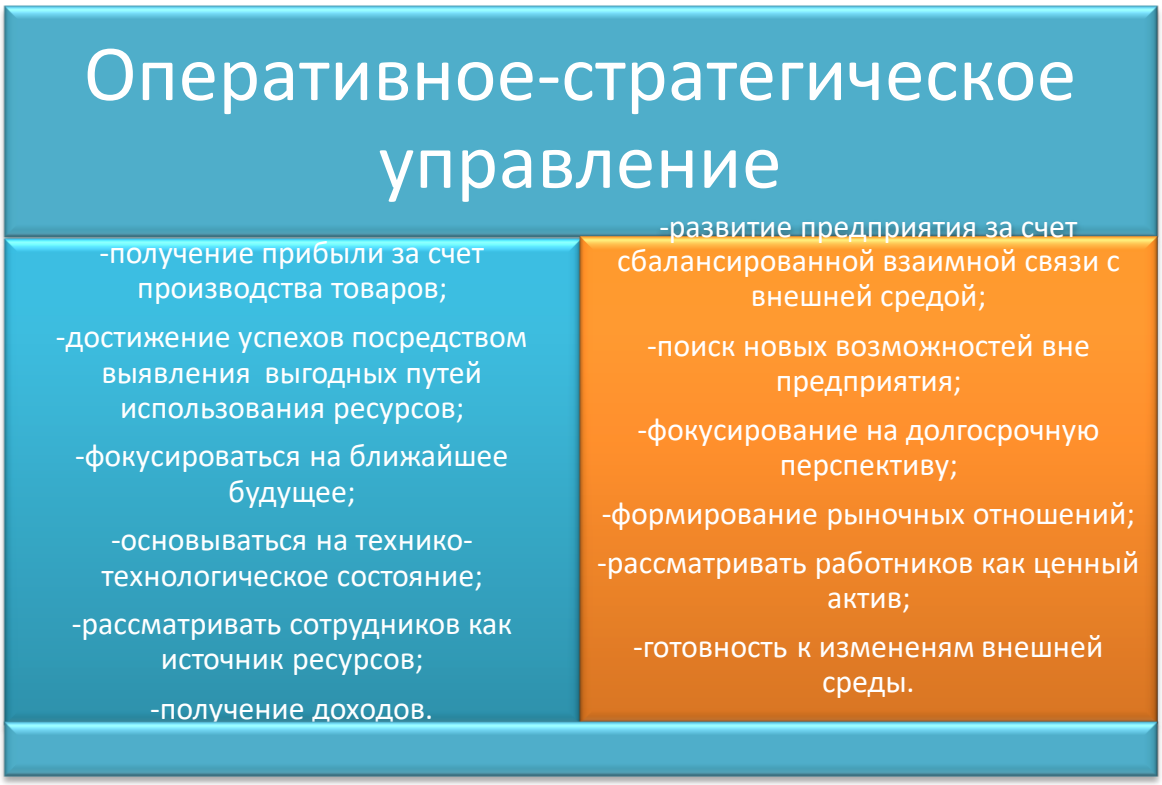
-способность работать;

- мотивация участия в стратегических действиях и способность преодолевать трудности. Таким образом, стратегическое управление направлена на обеспечение стратегических позиций, которые должны обеспечить долгосрочную жизнеспособность организации в изменяющихся обстоятельствах. В отличие от стратегического управления, оперативное управление имеет дело со своей существующей стратегической позицией для достижения целей организации.

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

Рисунок 6. Ключевые особенности отличия стратегического и оперативного управления.



Составлен автором.

И так, планирование для реализации видения организации известно как стратегическое планирование. Планирование для достижения тактических целей организации известно как оперативное планирование.

Стратегическое планирование является долгосрочным по сравнению с оперативным планированием.

Оперативное планирование осуществляется для поддержки стратегического планирования.

Стратегическое планирование учитывает как внутреннюю, так и внешнюю среду бизнеса. И наоборот, оперативное планирование касается внутренней среды бизнеса.

Стратегическое планирование осуществляется руководством высшего уровня, тогда как оперативное планирование является функцией управления среднего уровня.

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

Стратегическое планирование охватывает всю организацию, но оперативное планирование осуществляется в определенном подразделении или отделе организации.

Стратегический план намечает долгосрочные цели на ближайшие три-пять лет. Пути для достижения этих целей в более короткий срок (обычно в следующем финансовом году), изложено в оперативном плане.

Руководящая группа организации - например, исполнительная группа или совет - отвечает за разработку стратегического плана. После того, как он будет создан, стратегический план будет продвигаться многофункциональными командами, которые работают вместе для обеспечения успеха стратегии. В каждом департаменте должен быть руководитель или группа руководителей, ответственных за создание своего оперативного плана. Хотя каждый оперативный план предназначен для отдельного отдела, его успешное выполнение приведет к успеху в масштабах всей организации. Например, у маркетинговой команды есть набор действий, которые они используют, чтобы увеличить видимость. Эти действия должны привести к увеличению возможностей продаж и, в конечном итоге, увеличению доходов организации (обе эти цели могут стать целями в стратегическом плане).

Бюджет стратегического плана исходит из стратегического бюджета, а не из операционного бюджета. Бюджет для оперативного плана исходит из годового бюджета департамента.

В отличие от стратегического отчета, обновления оперативных проектов могут быть эпизодическими или качественными (так как часто трудно определить количество действий, которые не связаны с мерами).

Планирование может быть сделано для чего угодно, поэтому в организации бизнеса это может быть сделано для различных целей, от достижения цели до ее обычной деловой активности, но их имена, способы и методы

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

планирования различны. Стратегическое планирование и оперативное планирование - это два типа процесса планирования, осуществляемого менеджерами и руководителями организации. Стратегические планы составлены для достижения видения, миссии, целей и задач. С другой стороны, оперативные планы составлены для эффективного выполнения основных видов деятельности бизнеса с целью достижения тактических целей.

Стратегическое и оперативное управление обеспечивают организацию и поддержание определенной организационной системы для нормального функционирования организации, подбора и воспитания персонала. Однако эти элементы различны для обоих типов контроля. Стратегическая статья имеет жесткую структуру с изменениями и гибкостью. Если оперативная система пытается управлять изменениями, которые влияют на стратегическое управление, они склонны рисковать и контролировать управление новыми пунктами назначения, в то время как управление оперативным управлением противоречит изменениям и не склонно к риску при анализе и координации сложных действий. имеет возможность контролировать. Он использует ряд инструментов (методов и методов), которые формируют связь между стратегическим и оперативным управлением. Их классификация отражена на рисунке 7.

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

Рис 7. Инструменты формирующие связи между стратегическим и оперативным управлением.

Составлен автором.

Тем не менее, процесс моделирования стратегического управления отличается следующими недостатками:

-complete не дает полной картины будущего развития, а описывает только желаемую позицию 70 человек;

- не дает полного представления о будущем развитии, только описывает желаемую позицию фирмы;

- не допускает полного раскрытия процесса управления;

- необходимо уточнить стратегию, относящуюся к изменениям внешней и внутренней среды;

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

-неправильная стратегия приводит к дополнительным затратам на устранение возможных ошибок;

-Хорошо разработанный стратегический план не всегда гарантирует высокие результаты.

Несмотря на четкие различия, которые мы проводим, важно также понимать, что оперативное и стратегическое планирование являются взаимосвязанными и взаимодополняющими процессами принятия решений, которые должны быть связаны друг с другом, информировать и поддерживать друг друга для эффективного управления стратегиями.

Оперативное планирование - это ежедневное, еженедельное и помесячное планирование множества местных и функциональных мероприятий; Стратегическое планирование определяет общее направление организации в целом, ее судьбу. Стратегический план воплощает в себе очень важные решения с серьезными последствиями для общей эффективности.

В некоторых случаях компании очень хорошо формулируют или разрабатывают стратегический план, но не в состоянии выполнить краткосрочный оперативный план. Таким образом, у них нет инструментария, необходимого для достижения стратегического плана. Аналогично, наличие краткосрочных планов без долгосрочной стратегии приводит к отсутствию направления или сосредоточенности на корпоративном видении и ценностях компании.

Комбинируя эти два компонента планирования, компания может установить общий путь, основанный на ценностях, целях и задачах компании, при этом имея возможность адаптироваться к меняющимся условиям.

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

3.3. Схема организации стратегического планирования в системе управления деятельностью предприятий.

Внутренний и внешний надзор компании за рыночными условиями, а также за постоянно меняющимся влиянием спроса и предложения подразумевают основанную на нем бизнес-стратегию фирмы. В этом случае существующая система управления компании должна быть существенно улучшена для создания сбалансированной бизнес-системы, разработки и реализации стратегии диверсификации и конкуренции.

Процесс стратегии выбирается путем формирования, последовательности и динамичности взаимоотношений между его этапами и уровнями. Этапы процесса разработки стратегии в контексте стратегического планирования включают в себя:

- изучение и анализ внутренней и внешней среды;

- определить миссию (намерение) и цель предприятия (компании);

- формирование, выбор и анализ стратегии;

- реализация выбранной стратегии;

- оценка реализации стратегии и контроль за ее реализацией.

Уровни процесса разработки стратегии включают в себя:

• формирование цели и стремление ее достичь;

• проведение анализа в соответствии с миссией организации;

• стратегическая оценка;

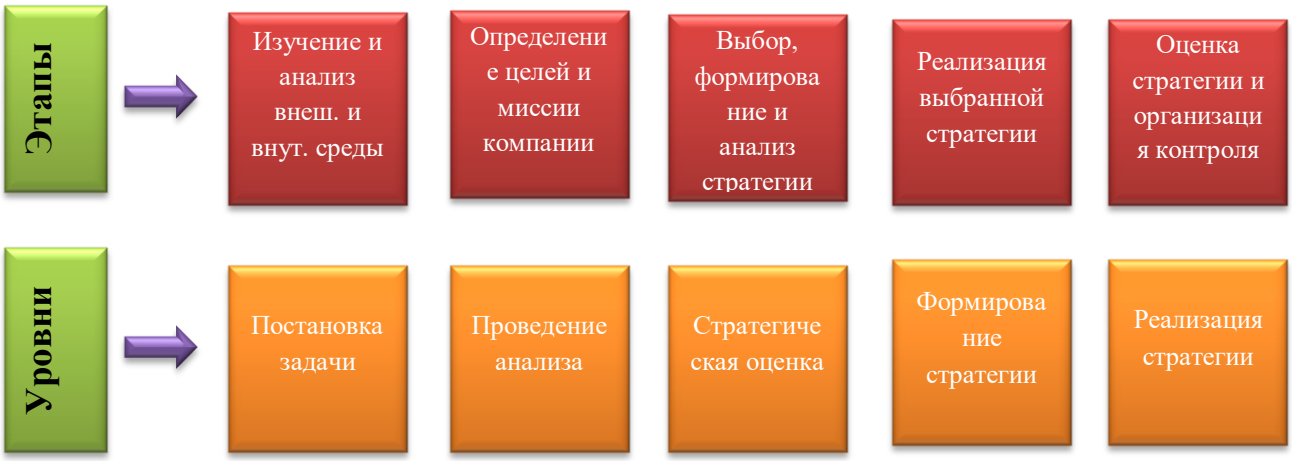
• формирование самой стратегии;

• реализация стратегии (8).

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

Рисунок 8. Этапы и уровни процесса разработки стратегии.



Составлен автором.

Основным условием реализации этих этапов и уровней является предоставление реальной информации. С другой стороны, важно использовать аналитические и сравнительные методы в разработке стратегии.

Определение текущей стратегии.

Суть этого этапа заключается в том, что когда менеджеры принимают решения, которые имеют стратегическое значение для организации, менеджеры имеют четкое представление о том, что такое организация и в каких стратегиях она реализует.

Анализ портфеля продуктов.

Это один из ключевых элементов стратегического управления. Анализ сложного портфеля создает четкую картину взаимосвязи между отдельными сегментами фирмы. С помощью этого анализа можно достичь баланса между входными данными, такими как денежный поток, риск, обновление и амортизация.

Выбор стратегии фирмы.

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

Выбор стратегии компании основан на результатах анализа портфеля продуктов, а также на характере текущей стратегии, на основе анализа ключевых факторов, характеризующих положение фирмы. При выборе стратегии важно учитывать ряд вопросов:

Сильные стороны фирмы. Этот вопрос может сыграть решающую роль при выборе стратегии развития компании. Здесь фирма должна стремиться максимально использовать имеющиеся возможности и укреплять свои позиции на рынке. Ведущие компании должны выбирать разные стратегии развития в зависимости от ситуации на рынке.

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Стратегическое управление - это процесс, который определяет последовательность действий организации по разработке и реализации стратегии.

Стратегическое планирование напрямую влияет на эффективность организации. Уровень эффективности работы организации напрямую зависит от уровня эффективности работы менеджеров.

Планирование помогает организации наметить курс для достижения своих целей. Процесс начинается с анализа текущих операций организации и определения того, что необходимо оперативно улучшить в предстоящем году.

Существуют различные типы моделей стратегического управления:

-обычное стратегическое планирование;

-стратегическое планирование на основе вопросов;

-органическое стратегическое планирование.

Непрерывная оценка стратегического плана имеет первостепенное значение для долгосрочного успеха плана.

SWOT-анализ помогает планировать будущее путем стратегической оценки текущей ситуации в компании. Он отображает внутренний ландшафт, перечисляя сильные и слабые стороны, а также отображает внешнюю ситуацию с точки зрения возможностей и угроз.

Анализ VMOST, также известный как анализ MOST, является основой и техникой оценки для стратегического планирования в организации. Анализ гарантирует, что заинтересованные стороны в организации получают достоверную информацию о желаемых изменениях в своей организации. В дополнение к элементам видения (V) и миссии (M) компонентами акронима VMOST являются: цели, стратегии и тактика.

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

Стратегия развития компании предусматривает разработку комплекса подходов, которые позволят ей выжить на рынке в будущем. Однако у каждого предприятия должна быть своя собственная стратегия действий, независимо от его среды, потому что бизнес не всегда может изменить свой курс, не может быть на 100 процентов гибким и реагировать на любые изменения в экономической среде организационными изменениями.

Посмотрев на существующие стратегические альтернативы, руководство сосредоточивается на конкретных стратегиях. Целью выбора стратегии является максимизировать долгосрочную эффективную работу организации (фирмы).

В настоящее время во многих компаниях страны разрабатывается режим регулярного мониторинга методом сбалансированной системы показателей. Кроме того, тенденции развития анализируются и сравниваются, чтобы четко описать результаты действий.

Для эффективного осуществления процесса стратегического планирования планировщики должны собирать и анализировать объемы информации из различных источников.

Концепция «Азербайджан 2020: взгляд в будущее» включает в себя серьезную модернизацию нефтехимической промышленности, диверсификацию и развитие не нефтяной промышленности, создание региональных центров развития с учетом конкурентных преимуществ каждого региона, кластерное развитие экономики, создание и развитие промышленных кварталов, расширение числа и масштабов индустриальных технологических парков, создание стратегических экономических зон и другие институциональные изменения были выделены в качестве приоритетов. Их исполнительный механизм был отражен в «Государственной программе промышленного развития в Азербайджанской Республике на 2015–2020 годы», а также в «Стратегической дорожной карте национальной экономики и основных секторов экономики». Основой для

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

таких институциональных изменений является структурное изменение (реструктуризация) в отрасли и ее институтах. Диверсификация экономики остается приоритетной задачей в не нефтяном секторе для обеспечения устойчивого развития постнефтяной экономики. Тем не менее, ключом к успеху в этой области являются внутриотраслевые и межсекторальные структурные изменения. Применение холдингов, союзов, технопарков, бирж и других прогрессивных форм управления, организованных совместно с акционерными обществами, малыми предприятиями, крупными корпорациями, а также иностранными фирмами, созданными на основе приватизации государственного имущества, стало реальностью.

В развивающихся странах, таких как Азербайджан, основной стратегической целью является достижение устойчивого экономического роста и высокого социального благосостояния при наличии потенциала и имеющихся ресурсов. Для этого каждая фирма должна разработать свою собственную стратегию мести в контексте инновационной стратегии с наилучшим развитием продукта, а также синергизм и формирование цепочки развития на основе «цепочки ценностей», достижения устойчивых конкурентных преимуществ.

Для успешной реализации стратегии устойчивого развития фирмы следует отдавать предпочтение инвестициям в венчурное предпринимательство с созданием совместных предприятий с использованием имеющихся ресурсов для достижения положительных результатов. Для достижения позитивных изменений в экономике, ориентированной на инновации в Азербайджане, необходимо создать конкурентоспособные производственные мощности и расширить инновационную деятельность за счет существенного улучшения своих инвестиций.

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

На азербайджанском языке

1. Kərimov X.Z. Strateji menecment. Dərs vəsaiti. Bakı, «Təhsil» NPM, 208, 440 s.

2. Əliyev T.N. (2004), Marketinqin təşkili və idarə olunması: Neft emalı və neft-kimya sənayesi müəssisələrində (Monoqrafiya). Bakı, ADNA, 568 s.

На иностранных языках

3. “The Art of the Long View (1996): Planning for the Future in an Uncertain World”; Peter Schwartz;

4. "The Role Of Strategic Planning In Modern Organizations, (1918)" Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica, Faculty of Sciences, "1 Decembrie"

5. Drucker (1994), Management Tasks, Responsibilities, Practices Harper and Row, New York.

6. Kaplan and Norton (2000), “Having Trouble with Your Strategy? Then Map It” Harvard Business Review September-October.

7. Porter (1985), Competitive Advantage, Creating and Sustaining Superior Performance The Free Press, New York.

8. Майкл Портер (2005 год) : Конкурентная Стратегия «Методика анализа отраслей и конкурентов».

9. Johnson, Scholes, & Whittington, стр. 224

10. Томпсон и Мартин, стр. 557 , Джонсон, Скоулз и Уиттингтон, стр. 294.

11. David, F.R. (2009). Стратегический менеджмент.12-ый выпуск стр. 36-37, 45-47, 93.

12. Фомичев А. Н. (2014) Стратегический менеджмент: учебник для вузов. М. Дашков и Ко - 468 с.

13. И.Н.Маврина (2014). Стратегический менеджмент. Учебное пособие. Екатеринбург: УрФУ, 132 с. (Высшие образование).

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

14. Х. Альберт М, Хедоури. Ф (1992) . Основы менеджмента, пер. с англ., «Дело», –М., 702 с

15. Финансовое управление компаний (под ред. Е.В.Кузнецовой) (1996), М., «Экономика», 356 с.

16. Ансофф И. (1989), Стратегическое управление: пер с англ/Научн ред.Л.И. Евенко.-М:, Экономика, 519с.

17. Волкогонова О.Д., Зуб А.Т. (2008), Стратегический менеджмент: учебник. М., ИНФРА-М, 256 с.

18. Mintzberg, H. (1994), “The Fall and Rise of Strategic Planning”; Harvard Business Review; Jun-Feb 1994, pp. 107-114.

19. Miller, S., Wilson, D., and D. Hickson (2004), “Beyond planning strategies for successfully implementing strategic decisions,” Long Range Planning, No. 3, Vol. 37, pp. 201-208.

20. Ruch, B. (2004), “Tools for optimizing your plan”, Camping Magazine, American Camping Association, Vol. 77, No. 6, Nov-Dic., pp. 1-6.

СЕТЕВЫЕ РЕСУРСЫ

1. https://www.elsevier.es/en-revista-brq-business-research-quarterly-424-articulo-the-evolution-strategic-management-research-S2340943614000188

2. http://anl.az/el/Kitab/2018/10/cd/Azf-304417.pdf

3. https://www.stat.gov.az/source/entrepreneurship/

4. https://www.sixdisciplines.com/thesixdisciplinesblog/strategic-vs-operational-planning-0

5. http://jpjconsulting.com/?reqp=1&reqr=nzcdYaEvLaE5pv5jLab=

6. https://www.strategicmanagementinsight.com/topics/strategic-planning-process.html

7. http://senaye.gov.az/

8. https://www.stat.gov.az/

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml

Узнайте стоимость написания на заказ студенческих и аспирантских работ
http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml

9. http://www.economy.gov.az
10. http://www.maliyye.gov.az/

СПИСОК ТАБЛИЦ

1. Таблица 1. Модели стратегического планирования…….28
2. Таблица 2. Категоризация МСП…….37
3. Таблица 3. Количество субъектов малого и среднего предпринимательства в Азербайджане в 2016-2017-ые годы…….41
4. Таблица 4. Количественные - качественные критерии оценки……...50

СПИСОК РИСУНКОВ

1. Рисунок 1. Этапы процесса стратегического планирования……..18
2. Рисунок 2. Виды стратегического планирования……24
3. Рисунок 3. Модель пяти конкурентных сил Портера……..26
4. Рисунок 4. Информация в процессе стратегического планирования……47
5. Рисунок 5. Модель MOS …….....52
6. Рисунок 6. Ключевые особенности отличия стратегического и оперативного управления…….....57
7. Рисунок 7. Инструменты формирующие связи между стратегическим и оперативным управлением……60
8. Рисунок 8. Этапы и уровни процесса разработки стратегии…….....63

Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций
http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml