

Министерство образования и науки Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»  
Институт Менеджмента и Информационных технологий

## **Курсовая работа**

по дисциплине: «Методы принятия управленческих решений»

## **ТЕХНОЛОГИЯ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ**

**на примере ООО ТК «Лента»**

Исполнитель: Зайцева Анастасия Андреевна

Группа: ФМ-15

Руководитель: Хохолуш Мария Станиславовна, канд. пед. наук, доцент кафедры менеджмента

## Актуальность темы курсовой работы

- На сегодняшний день стратегическое планирование является ключевым моментом в управлении предприятием, который должен обеспечивать стабильное экономическое развитие предприятия, повышение конкурентоспособности производимой им продукции и оказываемых услуг.

## Цель курсовой работы

- Изучение особенностей технологии разработки стратегии управления и формирование рекомендаций по выбору дальнейших стратегий управления с целью повышения эффективности деятельности ООО ТК «Лента».



## Задачи курсовой работы

- Изучение теоретических основ технологии разработки стратегических решений в организации: раскрытие понятия и сущности стратегии управления, рассмотрение системы стратегического управления, а также его принципов;
- Проведение всестороннего анализа деятельности торговой компании «Лента»;
- Разработка рекомендаций для повышения эффективности работы компании.

## Объект и предмет исследования курсовой работы

---

- **Объект исследования** – деятельность сети гипермаркетов ООО ТК «Лента».
- **Предмет исследования** – этапы разработки стратегического управления организацией.

## Результаты исследования

- В результате выполнения первой главы курсовой работы было выяснено, что представляет из себя понятие стратегического управления, какими принципами необходимо руководствоваться при определении дальнейшей стратегии организации, а также были выделены этапы разработки стратегии управления: анализ среды, определение миссии и цели, анализ и выбор стратегии, выполнение стратегии, оценка и контроль за ее исполнением.





- В настоящее время это российская сеть гипермаркетов, занимающаяся розничной реализацией продовольственных товаров, осуществляющая продажу продуктов питания, косметики, бытовой химии, одежды, обуви, канцтоваров.
- Она по праву занимает первое место по размеру торговых площадей среди других сетей гипермаркетов и является пятой крупнейшей розничной сетью страны (по объему выручки за 2015 г.).

	<b>Возможности - O</b>	<b>Угрозы - T</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Рост уровня доходов населения;</li> <li>2. Улучшение демографической ситуации;</li> <li>3. Появление и возможность использования новейших технологий в производстве;</li> <li>4. Способность выйти на абсолютно новые сегменты рынка;</li> <li>5. Широкое распространение сети гипермаркетов по всей стране.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Изменение вкусов покупателей;</li> <li>2. Снижение уровня доходов населения;</li> <li>3. Высокая зависимость от уменьшения спроса;</li> <li>4. Выход на рынок новых конкурентов;</li> <li>5. Жесткая конкуренция на рынке потребительских товаров и услуг.</li> </ol>
<b>Сильные стороны - S</b>	<b>Стратегические действия - SO</b>	<b>Стратегические действия -ST</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Низкая закупочная цена продукции;</li> <li>2. Достаточно высокий уровень квалифицированности персонала;</li> <li>3. Весьма хороший уровень обслуживания покупателей;</li> <li>4. Современная технология производства;</li> <li>5. Неплохой имидж компании на рынке потребительских товаров и услуг;</li> <li>6. Стабильное поступление средств от покупателей.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Увеличение числа постоянных покупателей;</li> <li>2. Повышение уровня сервиса в целом;</li> <li>3. Достижение более высокого уровня репутации (среди конкурентов).</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Модернизация имеющегося ассортимента товаров;</li> <li>2. Достаточно конкурентоспособное существование на рынке;</li> <li>3. Осуществление выбора потребителей в пользу компании.</li> </ol>
<b>Слабые стороны - W</b>	<b>Стратегические действия -WO</b>	<b>Стратегические действия - WT</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Недостаточно эффективная организация рекламной активности;</li> <li>2. Не до конца совершенная товарная политика;</li> <li>3. Текучесть кадров;</li> <li>4. Не совсем успешное применение финансовых ресурсов;</li> <li>5. Немалая доля бракованной продукции.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Предотвращение снижения спроса;</li> <li>2. Рост популярности и рекламной активности торговой компании;</li> <li>3. Сохранение и приумножение персонала за счет мотивации и материального стимулирования.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Потеря квалифицированных специалистов;</li> <li>2. Уменьшение объема продаж и прибыли;</li> <li>3. Сужение круга покупателей.</li> </ol>



## Рекомендации

- Разработка стратегии управления компании включает в себе определение общих ориентиров и устремлений для завоевания долгосрочных конкурентных преимуществ и иных целей организации.
- **Стратегия роста** предполагает превышение уровня развития компании над предыдущим периодом. Основные цели роста: увеличение объема продаж, доли рынка, прибыли или размера фирмы. Данная стратегия предпочтительна в динамично развивающихся отраслях с быстро меняющимися технологиями. Типовые варианты стратегии роста: интенсивный, интеграционный, диверсификационный рост.

Министерство образования и науки Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»  
Институт Менеджмента и Информационных технологий

## **Курсовая работа**

по дисциплине: «Методы принятия управленческих решений»

## **ТЕХНОЛОГИЯ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ**

**на примере ООО ТК «Лента»**

Исполнитель: Зайцева Анастасия Андреевна

Группа: ФМ-15

Руководитель: Хохолуш Мария Станиславовна, канд. пед. наук, доцент кафедры менеджмента