

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
"ПОЛЕССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ"

Кафедра экономики и бизнеса

Допущено к защите
Заведующий кафедрой
Ю. В. Игнатенко

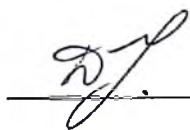
06.06. 2022 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

на тему:

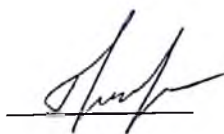
**"Разработка и управление реализацией стратегии развития
предприятия (на материалах ОАО "Гродножилстрой")"**

Студент
ЭУП, 4 курс, 18ЭУП-1



Короткина Дарья Александровна
_____ 20__

Научный руководитель
Старший преподаватель



Грабар Роза Николаевна
_____ 20__

ПИНСК 2022

50
6.06.22

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 88 страниц, 6 рисунков, 28 таблиц, 56 источников, 5 приложений

СТРАТЕГИЯ, МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ, ВНУТРЕННЯЯ СРЕДА, ВНЕШНЯЯ СРЕДА, СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ, РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Объектом исследования является ОАО “Гродножилстрой”.

Предметом исследования является стратегия развития предприятия.

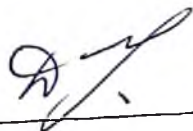
Цель работы – разработка мероприятий в области совершенствования стратегии развития ОАО “Гродножилстрой”.

В ходе написания дипломной работы использованы методы сравнительного, логического и аналитического анализа, группировка информации, инструментарий экономико-статистического анализа, способ табличного отражения аналитических данных, систематизация факторов.

Информационной базой исследования явились материалы учебников и учебных пособий белорусских и зарубежных авторов, данные, полученные на исследуемом предприятии, аналитические и статистические обзоры.

Результаты исследования могут быть использованы ОАО “Гродножилстрой” в процессе принятия управленческих решений.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения сопровождаются ссылками на их авторов.


Подпись студент

ESSAY

Thesis: 88 pages, 6 figures, 28 tables, 56 sources, 5 appendices.

STRATEGY, MARKETING ACTIVITY, STRATEGY DEVELOPMENT,
INTERNAL ENVIRONMENT, STRATEGIC MANAGEMENT, ADVERTISING
ACTIVITY

The object of the study is JSC "Grodnozhilstroy".

The subject of the research is the enterprise development strategy.

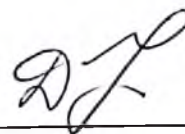
The purpose of the work is to develop measures in the field of improving the development strategy of JSC "Grodnozhilstroy".

In the course of writing the thesis, methods of comparative, logical and analytical analysis, grouping of information, tools for economic and statistical analysis, a method of tabular reflection of analytical data, systematization of factors were used.

The information base of the study was the materials of textbooks and teaching aids of Belarusian and foreign authors, data obtained at the enterprise under study, analytical and statistical reviews.

The results of the study can be used by JSC "Grodnozhilstroy" in the process of making managerial decisions.

The author of the work confirms that the material presented in it correctly and objectively reflects the state of the process under study, and all theoretical, methodological and methodological provisions borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.



Signature student

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	5
1 Теоретические аспекты разработки стратегии развития организации.....	7
1.1. Внутренняя и внешняя среда предприятия как условия стратегического развития предприятия.....	7
1.2. Классификация основных стратегий развития организации.....	13
1.3. Факторы выбора стратегии развития организации “Гродножилстрой”.....	16
2 Анализ системы стратегического управления ОАО “Гродножилстрой”.....	24
2.1. Организационно-экономическая характеристика ОАО “Гродножилстрой”.....	24
2.2. Анализ внутренней среды ОАО “Гродножилстрой”.....	32
2.3. Анализ системы стратегического управления в организации.....	46
3 Направления разработки стратегии ОАО “Гродножилстрой”.....	54
3.1. Практические рекомендации по разработке стратегии развития ОАО “Гродножилстрой”.....	54
3.2. Расчёт экономической эффективности реализации стратегии.....	61
Заключение.....	72
Список использованных источников.....	75
Приложения.....	78

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Аакер, Д. Стратегическое рыночное управление / Д. Аакер; 7-е изд. пер. с англ. под ред. С.Г. Божук. – СПб.: Питер, 2019. – 496 с.
2. Абросимов, А.Г. Этапы стратегического планирования / А.Г. Абросимов, Н.П. Карпова // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2017. – № 2 (76). – С. 5-9.
3. Арутюнова, Д.В. Стратегический менеджмент: учебное пособие / Д.В. Арутюнова. – Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2014. – 122 с.
4. Баженов, О.В. Структура и содержание стратегического плана развития предприятий / О.В. Баженов // Российское предпринимательство. – 2017. – № 11 (233). – С. 74-84.
5. Барбышева, Г.И. Основные характеристики и факторы маркетинговой среды предприятия / Г.И. Барбышева // Совершенствование управления организациями социальной сферы и сервиса. – 2018. – С. 58-63.
6. Бородин, В.А. Стратегическое планирование / В.А. Бородин. – Барнаул: Изд-во АлтГТУ, 2015. – 105 с.
7. Бородушко, И.В. Стратегическое планирование и контроллинг: учебник для вузов / И.В. Бородушко, Э.К. Васильева. – СПб.: Питер, 2013. – 192 с.
8. Будрин, А.Г. Структура маркетинговой среды предприятия / А.Г. Будрин, Е.В. Будрина // Экономика и менеджмент на транспорте. – 2017. – № 3. – С. 18-24.
9. Виханский, О.С. Стратегическое управление: учебник / О.С. Виханский. – 8-е изд., перераб. и доп. – М.: Гардарика, 2014. – 528 с.
10. Гатина, Л.И. Стратегическое планирование развития предприятия: учебно-методическое пособие / Л.И. Гатина. – Казань: Издательство КНИТУ, 2016. – 144 с.
11. Гладких, Я.Н. Анализ влияния элементов маркетинговой среды предприятия на его конкурентоспособность / Я.Н. Гладких, Д.Ю. Аликина // Контентус. – 2018. – № 7 (24). – С. 36-44.
12. Говорина, Л.А. Сущность и особенности стратегического планирования / Л.А. Говорина // NovaInfo. – 2017. – Т. 1. № 75. – С. 78-81.
13. Горбунова, А.И. Стратегическое планирование: сущность, принципы и особенности / А.И. Горбунова, Н.И. Бабкина // Неделя науки СПбПУ. – 2019. – № 7. – С. 317-320.
14. Губанова, Е.В. Сущность стратегического планирования в компании / Е.В. Губанова // Фундаментальные научные исследования: теоретические и практические аспекты. – 2016. – С. 316-319.

15. Данилов, Г.В. Стратегическое планирование организации: сущность, Особенности, стратегический план предприятия / Г.В. Данилов // NovaInfo. – 2017. – Т. 1. № 74. – С. 202-205.
16. Ефремова, Л. Совершенствование стратегического управления предприятием / Л. Ефремова // Проблемы теории и практики управления. – 2017. – № 8. – С. 105-111.
17. Захаров, С.В. Маркетинг: учебник / С.В. Захаров, Б.Ю. Сербиновский, В.И. Павленко. – 2-е. доп. и перераб. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2014. – 280 с.
18. Зубков, Б.В. Маркетинговая среда, а также ее влияние на практическую деятельность предприятия / Б.В. Зубков // Научно-исследовательская деятельность как фактор личностного и профессионального развития студентов. – 2018. – С. 365-368.
19. Ибрагимова, З.А. Алгоритм разработки стратегического плана развития предприятий / З.А. Ибрагимова // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2016. – № 3 (29). – С. 197-207.
20. Иванов, Е.А. Сущность и основные составляющие стратегического планирования / Е.А. Иванов // Российское предпринимательство. – 2018. – № 7-1. – С. 40-45.
21. Карпова, С.В. Маркетинг: Учеб. пособие для бакалавров (Гриф УМО ИО РФ) / С.В. Карпова. – Ростов н/Д.: Феникс, 2016. – 480 с.
22. Катькало, В.С. Эволюция теории стратегического управления / В.С. Катькало. – СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2019. – 548 с.
23. Киреева, Ю.Г. Сущность стратегического планирования предприятия / Ю.Г. Киреева // Экономика и социум. – 2020 – № 11-1 (30). – С. 678-680.
24. Киселев, А.А. Современные проблемы управления и менеджмента в отечественной науке и практике: Монография / А.А. Киселев. – Ярославль: Изд-во ЯГТУ, 2020. – 228 с.
25. Кметь, Е.Б. Управление маркетингом: учебник / А.Г. Ким, Е.Б. Кметь. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2019. – 308 с.
26. Костоглодов, Д.Д. Оценка маркетинговой среды малого предприятия на локальном рынке / Д.Д. Костоглодов, Н.В. Кедо // Маркетинг: теория и практика. – 2017. – № Т39. – С. 46-50.
27. Котлер, Ф. Основы маркетинга. 5-е европейское изд. / Ф. Котлер, Г. Армстронг, В. Вонг, Д. Сондерс. – М.: Вильямс, 2015. – 752 с.
28. Кунашева, З.А. Сущность стратегического планирования и управления / З.А. Кунашева // Наука, образование, инновации: апробация результатов исследований. – 2020. – № 9. – С. 168-169.
29. Купцов, М.М. Стратегический менеджмент / М.М. Купцов. – М.: РИОР: ИНФРА-М, 2019. – 184 с.
30. Курлыкова, А.В. Стратегический менеджмент: учебное пособие / А.В.

Курлыкова – М.: РИОР:ИНФРА-М, 2018. – 176 с.

31. Лазырина, О.В. Исследование маркетинговой среды предприятия / О.В. Лазырина, С.А. Мироседи, Т.А. Филиппова // Теория и практика актуальных научных исследований. – 2017. – № 7. – С. 103-106.
32. Левин, О.Д. Стратегическое планирование: сущность, особенности. Стратегический план предприятия: понятие, виды / О.Д. Левин // Синергия Наук. – 2017. – Т. 1. № 18. – С. 89-94.
33. Лукьянова, Н.Ю. Методика анализа маркетинговой среды предприятия / Н.Ю. Лукьянова // Молодой ученый. – 2014. – № 7-1 (66). – С. 24-27.
34. Лясников, Н.В. Стратегический менеджмент: учебное пособие для вузов / Н.В. Лясников, М.Н. Дудин. – М.: Кнорус, 2015. – 253 с.
35. Магданов, П.В. Сущность, цели и задачи стратегического планирования на предприятии / П.В. Магданов // Стратегическое и проектное управление. – 2017. – № 4. – С. 84-96.
36. Мальцева, Ю.Н. Анализ внутренней среды на предприятии: применение SWOT-анализа / Ю.Н. Мальцева // Научно-практические исследования. – 2018. – № 4 (13). – С. 86-88.
37. Малюкова, Е.С. Сущность и понятие стратегического планирования / Е.С. Малюкова // Синергия Наук. – 2018. – № 26. – С. 70-77.
38. Маркова, В.Д. Стратегический менеджмент: учебное пособие для вузов / В. Д. Маркова, С. А. Кузнецова. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 288 с.
39. Мустафаева, У.С. Стратегический анализ деятельности предприятия / У.С. Мустафаева, Э.И. Идрисов // Стратегии социально-экономического развития северного региона Крыма до 2020 года. – 2017. – С. 130-133.
40. Официальный сайт ОАО “Гродножилстрой” [Электронный ресурс] / Гродно, 2021. – Режим доступа: <http://www.ghb.by>. Дата доступа: 22.05.2022.
41. Орлова, П.И. Бизнес-планирование: учебник. / П.И. Орлова. – М.: Дашков и К, 2019. – 288 с.
42. Остапченко, Л.А. Теоретическое обоснование методов исследования маркетинговой среды предприятия / Л.А. Остапченко, В.Г. Бойцов // Роль инноваций в трансформации современной науки. – 2019. – С. 214-217.
43. Панферов, Д.Ю. Оценка влияния факторов маркетинговой среды на деятельность предприятия / Д.Ю. Панферов // Региональная специфика и российский опыт развития бизнеса и экономики. – 2017. – № 8. – С. 154-156.
44. Пасенко, Д.В. Сущность и основные инструменты реализации процесса стратегического планирования / Д.В. Пасенко // Экономические и гуманитарные науки. – 2016. – № 3 (218). – С. 56-62.
45. Петров, В.В. Стратегическое управление: учебное пособие / В.В. Петров. – Саратов: СГТУ, 2019. – 288 с.

46. Савилова, Е.В. Анализ современных моделей стратегического планирования / Е.В. Савилова // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2019. – № 12 (48). – С. 5-7.
47. Самсонова, М.В. Сущность и основные этапы процесса стратегического планирования / М.В. Самсонова, М.М. Валицкая // Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации. – 2018. – № 3. – С. 211-213.
48. Сергеев, А.А. Бизнес-планирование: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. А. Сергеев. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 463 с.
49. Склярова, О.А. Анализ маркетинговой среды предприятия / О.А. Склярова, Г.Н. Адамов // Проблемы учета, анализа, аудита и статистики в условиях рынка ученые записки. – 2018. – С. 173-179.
50. Томпсон, А.А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа / А.А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд. – 12-е изд. – М.: Издат. дом «Вильямс», 2019. – 584 с.
51. Улезько, А.В. Стратегическое планирование: экономическая сущность и содержание / А.В. Улезько, Н.Н. Турусова // Управление рисками в аграрной сфере: теория, методология, практика. – 2017. – № 10. – С. 5-22.
52. Чжимин, У. Сущность понятия стратегического планирования и управления / У. Чжимин, Л. Чжан, В.В. Копылов // Роль науки в развитии общества. – 2019. – № 8. – С. 138-141.
53. Шадченко, Н. Методический подход к формированию стратегического плана предприятия / Ню Шадченко // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2017. – № 1 (25). – С. 74-76.
54. Шаповалов, В.А. Управление маркетингом и маркетинговый анализ: учеб. пособие / В.А. Шаповалов. – Ростов н/Д.: Феникс, 2019. – 345 с.
55. Шестов, А. Эффективность применения SWOT-анализа на предприятии / А. Шестов // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. – 2019. – № 1. – С. 51-55.
56. Экономика предприятия: учебник для вузов. 5-е изд. / Под ред. акад. В.М. Семенова. – СПб.: Питер, 2019. – 416 с.