ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования

«ЧИТИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

(ЧитГУ)

КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ

**Курсовая работа**

по дисциплине: «Менеджмент»

на тему: «Стратегический план развития организации ООО кафе «Печка»

Выполнил: ст. гр. АУ-08-1

Спиридонова Д.В.

Проверил: к.т.н., доцент

Богомягков А.А.

Чита 2010

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ…………………………………………………………………...3

1 ОПИСАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ……………………………………….......5

* 1. Общая характеристика организации…………………………….…...5
  2. Внутренняя среда организации………………………………….…....6
  3. Внешняя среда организации……………………………………..……9
  4. Управленческая проблема ……………………………………….…..11

2 РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ….….12

2.1Определение миссии организации целей и задач…………………..12

2.2 Оценка и анализ внешней среды организации……………………..14

2.3 Проектирование внутренней среды организации………………….16

2.4 Разработка системы мотивации персонала…………………………18

2.5 Проектирование системы контроля ………………………………...19

3 УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ ПО ПРАКТИЧЕСКОЙ РЕАЛИЗАЦИИ ПРЕДЛАГАЕМЫХ РАЗРАБОТОК………………………………….……22

ЗАКЛЮЧЕНИЕ…………………………………………………………….....24

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ……………………........26

ВВЕДЕНИЕ

Динамичный процесс стратегического планирования является тем зонтиком, под которым укрываются все управленческие функции. Не используя преимущества стратегического планирования, организации в целом и отдельные люди будут лишены четкого способа оценки цели или направления корпоративного предприятия. Процесс стратегического планирования обеспечивает основу для управления членами организации.

Стратегическое планирование представляет собой набор действий и решений, предпринятых руководством, которые ведут к разработке специфических стратегий, предназначенных для того, чтобы помочь организации достичь своих целей.

 Стратегия  представляет собой детальный всесторонний комплексный план, предназначенный для того, чтобы обеспечить осуществление миссии организации и достижение ее целей. Несколько основных тезисов, относящихся к стратегии, должны быть поняты и, что более важно, приняты высшим руководством. Прежде всего, стратегия большей частью формулируется и разрабатывается высшим руководством, но ее реализация предусматривает участие всех уровней управления.

 Стратегический план должен обосновываться обширными исследованиями и фактическими данными. Чтобы эффективно конкурировать в сегодняшнем мире бизнеса, фирма должна постоянно заниматься сбором огромного количество информации об отрасли, рынке, конкуренции и других факторах.

 Стратегический план придает фирме определенность, индивидуальность, что позволяет ей привлекать определенные типы работников, и, в то же время, не привлекать работников других типов. Этот план открывает перспективу для организации, которая направляет ее сотрудников, привлекает новых работников и помогает продавать изделия или услуги. Наконец, стратегические планы должны быть разработаны так, чтобы не только оставаться целостными в течение длительных периодов времени, но и быть достаточно гибкими, чтобы при необходимости можно было осуществить их модификацию и переориентацию.

Некоторые организации, как индивиды, могут достичь определенного уровня успеха, не затрачивая большого труда на формальное планирование. Более того, стратегическое планирование само по себе не гарантирует успеха. Так же как автомобиль с великолепной конструкцией двигателя не сможет двигаться, если он заправлен бензином низкого качество, так и организация, создающая стратегические планы, может потерпеть неудачу из-за ошибок в организации, мотивации и контроле. Тем не менее, формальное планирование может создать ряд важных и часто, существенных благоприятных факторов для организации. Современный темп изменения и увеличения знаний является настолько большим, что стратегическое планирование представляется единственным способом формального прогнозирования будущих проблем и возможностей. Оно обеспечивает высшему руководству средство создания плана на длительный срок. Стратегическое планирование дает также основу для принятия решения. Знание того, чего организация хочет достичь, помогает уточнить наиболее подходящие пути действий. Формальное планирование способствует снижению риска при принятии решения. Принимая обоснованные и систематизированные плановые решения, руководство снижает риск принятия неправильного решения из-за ошибочной или недостоверной информации о возможностях организации или о внешней ситуации. Планирование, поскольку оно служит для формулирования установленных целей, помогает создать единство общей цели внутри организации. Сегодня в промышленности стратегическое планирование становится скорее правилом, чем исключением.

Целью данной курсовой является разработка стратегии развития и совершенствования ООО «Печка»

Объектом исследования курсовой работы является кафе ООО «Печка».

1 ОПИСАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

* 1. Общая характеристика организации

Данное предприятие представляет собой блинную, расположенную в г. Чита на ул. Ленина дом № 106. Недалеко расположена площадь и два торговых центра. Это место выбрано не случайно, ул. Ленина является постоянным местом большого скопления людей, а на площади проводятся праздники и мероприятия.

Основными направлениями деятельности блинной является обеспечение населения качественными и вкусными блинами, а также другими продуктами, реализуемыми в данном заведении и получение прибыли.

Организационно-правовой формой данной блинной является – Общество с ограниченной ответственностью.

Учредителями Общества с ограниченной ответственностью «Печка» является ООО «Эдельвейс», физические лица Д.В. Спиридонова и А.С. Ермолаева, заключающие между собой учредительный договор и утверждающие устав общества, эти документы считаются учредительными. Первоначальный капитал, состоит из собственный и заемных средств.

Основная оказываемая услуга - услуга питания закусочной, применяется обслуживание официантами. Дополнительные услуги: организация и обслуживание торжеств, семейных обедов.

Целью данного предприятия как коммерческой деятельности является получение прибыли путем оказания услуг общественного питания.

Меню блинной включает помимо блинов с 15 видами начинок, холодные и горячие блюда, сладкие блюда, горячие и холодные напитки.

1.2 Внутренняя среда организации

директор

зам. директора

бухгалтер

менеджер по закупкам

администратор технолог

охрана

бармен-кассир

официанты

гардеробщица

повара

водитель

работники кухни

Рисунок 1. Организационная структура блинной

Приведенная структура управления персоналом относится к линейно-функциональной (рисунок 1). Для нее характерно: четкое разделение труда и установление жестокой системы обобщенных формальных правил и стандартов, обеспечивающих выполнение сотрудниками обязанностей и координаций различных задач; иерархичность уровней управления, при которых каждый нижестоящий подчиняется вышестоящему и контролируется им; четкое разделение труда, что приводит к появлению высококвалифицированных кадров в каждой области.

Структура позволяет директору оперативно управлять работой предприятия и находиться в курсе событий.

Обязанности управленческого состава предприятия:

Директор:

-организует всю работу предприятия;

-несет полную ответственность за его состояние и состояние трудового коллектива

-представляет предприятие во всех учреждениях и организациях;

-распоряжается имуществом предприятия;

-принимает и увольняет работников;

-открывает в банках счета предприятия;

-осуществляет экономическое планирование.

Заместитель директора:

-заключает договора;

-занимается поиском поставщиков материала;

-осуществляет маркетинговую политику;

-применяет меры поощрения и налагает взыскания на работников предприятия;

-принимает участие в планировании;

-разрабатывает календарные графики работы.

Бухгалтер:

-ведет бухгалтерский учет и отчетность;

-выполняет расчетные работы, оформляет необходимую документацию;

-составляет итоговые бюджетные отчеты для предоставления в налоговые органы;

-принимает активное участие в планировании в области налоговой и ценовой политики предприятия.

-производит финансовые расчеты с заказчиками и поставщиками, связанные с реализацией готовой продукции, приобретением необходимого сырья, в его задачи также входит получение кредитов в банке, своевременный возврат ссуд.

Менеджер по закупкам:

-осуществляет закупки необходимых товаров (продуктов);

-организует контроль за качеством поступающего на предприятие сырья, полуфабрикатов и др., так как качество продукции является определяющим в общей оценке результатов деятельности трудового коллектива.

Администратор-технолог:

-обеспечивает контроль за сохранностью оборудования;

-прогнозирует замену оборудования и запасных частей, а также своевременный ремонт оборудования;

-осуществляет инвентарный контроль;

- следит за правильной работой оборудования и персонала;

-контролирует соблюдение установленной технологии;

-осуществляет контроль за комплексностью и качеством готовой продукции.

## 1.3 Внешняя среда организации

Основными потребители продукции являются

1. Жители города Читы, где расположена блинная;

2. Ближайшие организации (ЧитГУ, офисы);

3. Любые клиенты, желающие приобрести продукцию блинной.

Для успешной реализации своей продукции организация дифференцировала потребителей, чтобы выявить тех из них, которые могли бы стать потенциальными потребителями продукции данной организации. Критериями дифференцирования рынка являются:

- социальная принадлежность - рабочие, служащие, пенсионеры, школьники, бизнесмены;

- уровень дохода - средний, низкий и высокий.

Главным образом, продукция блинной пользуется спросом у работающих, со средним доходом и выше, также кафе популярно среди семей и молодежи.

Для эффективной деятельности предприятия следует изучить информацию о конкурентах – какие услуги они предлагают, какова цена на услуги и каков круг обслуживаемых клиентов.

Анализ конкурентов позволит дать четкий ответ на следующие вопросы:

* Существует ли множество предприятий, предлагающих аналогичную продукцию, или конкуренция ведется ограниченным числом участников?
* Какая часть рынка контролируется ведущими конкурирующими торговыми предприятиями?
* Какая организационная структура характерна для конкурентов и как она отличается от нашей фирмы?
* Как быстро меняется область деятельности фирмы и стабильность конкурентов?

В настоящее время в нашем городе существует множество предприятий общественного питания. Однако мало кто из них реализует продукцию в полном объеме собственного производства. Блины реализуются в виде полуфабрикатов через торговую сеть, либо продаются в местах большого скопления народа (на рынках) и сервис там соответствующий.

Правда, в последнее время появились так называемые «блины-гриль». Но продаются они остывшими, цены там не маленькие, а качество оставляет желать много лучшего.

Также блины реализуются и на площади им. Ленина, но там, как и «блины-гриль», предлагают, есть свою продукцию стоя, на улице. Так что основными нашими конкурентами могут послужить кафе, пиццерии города, а также всевозможные бары.

Поставщиками являются организации, занимающиеся оптовой торговлей, которые удовлетворяют организацию по следующим показателям:

1. стоимость поставляемого товара;

2. гарантия качества поставляемого товара

3. график поставки товаров;

4. пунктуальность и обязательность выполнения условий поставки товаров.

Все продукты закупаются на местной оптовой базе, поставку муки осуществляет Агропромышленное объединение «МАКФА», поставку сахара ООО «АГРОТЕХ», поставку молочной продукции ОАО «ЧИТИНСКИЙ МОЛОЧНЫЙ КОМБИНАТ».

1.4 Управленческая проблема

Одной из проблем является перегруженность зам. директора, т.к. он помимо своих основных обязанностей, занимается ещё и маркетингом. Из-за отсутствия профессионального маркетолога недостаточно эффективно исследуются рынки, товары, конкуренты, потребители, а также, разработка товарной, ценовой, сбытовой политики и стратегии продвижения товара на рынке.

Необходимо отметить и такую проблему, как текучесть кадров, что обуславливается неудовлетворенностью рабочим местом или работой организации.

1. РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

2.1 Определение миссии организации, целей и задач

Выбор миссии является ответственным решением, поскольку миссия служит ориентиром для всех последующих этапов планирования и одновременно накладывает определенные ограничения на направления деятельности организации при анализе альтернатив развития. В менеджменте под миссией организации понимают основную общую цель, четко выраженную причину существования организации.

Миссию организации можно сформулировать следующим образом: максимальное удовлетворение потребностей самого широкого круга клиентов в товарах и услугах общественного питания, за счет применения новейших технологий и техники, индивидуального подхода высоко квалифицированных работников к каждому клиенту при обеспечении справедливого отношения к своим сотрудникам.

Миссия выражает основную цель организации, т.е. главной целью организации является выход на рынок и последующее расширение рыночной доли. Основным товаром блинной, безусловно, считаются блины, вокруг них строится весь ассортимент, и основной источник дохода. Поэтому главный упор делается на выпуск блинов с 15 различными начинками. Непререкаемым условием является их высокое качество и отличный вкус. Это одно из конкурентных преимуществ предприятия.

Так как спрос на услуги общепита является постоянным с небольшим сезонным влиянием (в летний период он повышается), то необходимо создание преимуществ перед другими конкурентами, уже находящимися на этом рынке.

Вежливое, быстрое обслуживание, широкий ассортимент высококачественных изделий - все это, несомненно, завоюет симпатии потребителей.

Целями деятельности организации являются:

* Получение стабильной прибыли;
* Предоставление посетителям высококачественной продукции;
* Удовлетворение потребностей посетителей путем постоянного изучения запросов и реагирования на них в отношении качества предоставляемых услуг;
* Повышение рентабельности путем усовершенствования технологии и повышения производительности;
* Тесное сотрудничество с поставщиками с целью налаживания долговременных деловых отношений, основанных на строгом соблюдении равенства и на объективных критериях для определения цен;
* Расширение ассортимента выпускаемой продукции;
* Сохранение и улучшение качества услуг и продукции;

Успешное выполнение поставленных целей требует решения таких задач, как:

* улучшение качества работ за счет набора высококвалифицированных сотрудников;
* применение новых технологий, т.е. современных материалов и нового технологического оборудования;
* выявление поставщиков, соответствующих требованиям организации (низкие цены, бесперебойные поставки, широкий ассортимент, с действующей системой скидок и т.п.);
* обеспечение потребности предприятия в рабочей силе в необходимых объемах и требуемой квалификации;
* полное и эффективное использование потенциала работника и производственного коллектива в целом;
* обеспечение условий для высокопроизводительного труда, высокого уровня его организованности, мотивации, самодисциплины, выработка у работника привычки к взаимодействию и сотрудничеству;
* закрепление работника на предприятии, формирование стабильного коллектива как условие окупаемости средств, затрачиваемых на рабочую силу (привлечение, развитие персонала);
* согласование производственной и социальных задач (балансирование интересов предприятия и интересов работников, экономической и социальной эффективности);

2.2.Оценка и анализ внешней среды организации

При анализе внешней среды, учитываются следующие факторы:

* Экономический;
* Политический;
* Фактор конкуренции;
* Технологический;
* Рыночный.

Экономический: Состояние экономики влияет на стоимость всех вводимых ресурсов и способность потребителей покупать определённые товары и услуги. Состояние экономики может сильно повлиять на возможности получения организацией капитала для своих нужд. Это, в основном, обусловлено тем, что федеральное правительство часто пытается сгладить последствия ухудшения экономической обстановки, регулируя налоги денежную массу и ставку процента, устанавливаемую главным государственным банком. Если этот банк ужесточает условия получения кредита и повышает ставки процента, коммерческие банки должны сделать аналогичное, чтобы не оказаться вне игры. В результате становиться, труднее получить займы, и обходятся они организации дороже. Рост уровня инфляции - весьма неблагоприятно сказывается на деятельности предприятия, т.к. происходит увеличение расходов компании, следовательно, растут цены, а это значит, что спрос на услуги кафе падает, другими словами повышение цен  на сырьё повышает себестоимость  готовых блюд, что значительно  понижает прибыль.

Политический: этот фактор необходимо изучать для ясного представления о том, что органы власти предполагают предпринять в отношении развития бизнеса. Инфляционное ожидание, возможная смена политической власти, появление новых законов влияют на спрос и предложение, и, соответственно на цены реализуемых товаров. Поэтому руководитель должен немедленно реагировать на любое изменение, во избежание нежелательных последствий. Политические факторы весьма непредсказуемы и всегда представляют собой угрозу для данной отрасли, положение организации может усложниться в связи с новыми постановлениями относительно торговли алкоголем и табачными изделиями.

Дополнительно усложняют деятельность организации постановления местных органов управления, число которых непрерывно множится. Они также заметно влияют на деятельность организации через лицензирование некоторых видов деятельности.

Фактор конкуренции: это один из внешних факторов, влияние которого невозможно оспаривать. Руководство организации четко понимает, что если не удовлетворять нужды потребителей так же эффективно, как это делают конкуренты, то долго на рынке товаров и услуг не просуществуешь. Иногда не потребители, а именно конкуренты (качеством своей продукции и своими затратами на их производство) определяют, какие продукты деятельности организация сможет продать и по какой цене.

Технологический: технологические нововведения влияют на эффективность, с которой продукты можно изготавливать и продавать, на скорость устаревшего продукта, на то, как можно собирать, хранить и распределять информацию, а также на то, какого рода услуги и новые продукты ожидают потребители от организации.

Рыночные факторы:

* Миграция населения и демографический фактор положительно влияют на компанию, потому что увеличивается состав населения, которые будут пользоваться услугами данной организации.
* Изменения доходов населения приведет к увеличению или снижению пользования услугами кафе. Если доходы населению будут расти, следовательно растет процент от дохода, которые потребители готовы потратить на развлечение.

Изменение факторов внешней среды прямым образом откладывает отпечаток на организацию.

2.3. Проектирование внутренней среды организации.

Высшее руководство использует демократический стиль управления, характеризующийся высокой степенью децентрализации полномочий, активным участием сотрудников в принятии решений, созданием таких условий, при которых выполнение служебных обязанностей оказывается для них привлекательно, а достижение при этом успеха служит вознаграждением.

директор

зам. директора

бухгалтер

менеджер по закупкам

администратор технолог

охрана

бармен-кассир

официанты

гардеробщица

повара

водитель

работники кухни

маркетолог

Рисунок 2. Организационная структура блинной

Структура организации координальных изменений не претерпела (Рисунок 2) и осталась линейно-функциональной. На данном этапе развития политика предприятия изменилась, и руководство включило в аппарат управления службу маркетинга.

В условиях рыночных отношений использование маркетинга является объективно необходимым, так как он указывает предприятиям и организациям наиболее правильные пути повышения эффективности их деятельности, ориентируемой на потребителя реализуемой продукции.

С помощью маркетинга более рационально решаются проблемы обеспечения потребителей необходимыми товарами и услугами с целью получения максимальной прибыли и хороших экономических результатов на товарном рынке.

Основные требования, применяемые к рабочему персоналу: образование, практический опыт работы, навыки, способность к обучению, умение подчинятся вышестоящему начальству, это связано с тем, что в сфере общественного питания последнее время появляется много новинок: новая технология работы, новая техника.

С управленческим персоналом дело слаживается труднее и спектр требований намного шире:

* образование, производственный опыт, ответственность за издержки производства (в случае неудачи сотрудник должен нести личную ответственность, не перекладывая ее на подчиненных);
* поведение, внешний вид, уверенность в своих силах, уравновешенность, справедливость, честность;
* целеустремленность: желание к повышению по службе, готовность к выполнению заданий, усердие, способность к дальнейшему образованию;
* интеллектуальные способности: сообразительность, мыслительные способности, уровень суждения, умение вести переговоры;
* манеры разговора: находчивость, ясность изложения мысли.

С привлечением нового специалиста произошло некоторое перераспределение полномочий на предприятии, т.е. ранее занимавшийся маркетинговой политикой зам. директора выполняет свои конкретные задачи, а маркетинговой политикой напрямую занят специалист данного профиля – маркетолог. Концепция маркетолога включает в себя комплекс следующих действий:

— производство продукции, пользующейся спросом;

— нахождение рынка сбыта продукции;

— определение путей продажи непосредственно потребителю или через оптовую и розничную торговлю;

— определение потенциального покупателя.

Теперь к цели получения предприятием прибыли, свой вклад вносит маркетолог, а именно создаются условия для работы предприятия, при котором оно может успешно выполнить свои задачи.

Продвижение продукта осуществляется путем использования в определенной пропорции рекламы, методов стимулирования сбыта (продаж), персональной продажи и методов связи с общественностью.

Что касается персонала предприятия, то в нем произошло четкое распределение труда, директору теперь еще подчиняется и специалист маркетинга – маркетолог.

2.4 Разработка систем мотивации персонала.

Мотивация - это процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения личных целей или целей организации, так же это стимулы, которые организует одного или группу работников целиком отдаться работе, причем это происходит добровольно, для блага организации или для реализации имеющихся программ.

Основным мотивом всегда была и будет заработная плата. Заработная плата главный стимул к работе. Человек знает, чем больше он будет работать, тем больше он будет получать. Следующим мотивом является стимулирующий и мотивирующий аспекты заработной платы. Работникам предоставляется возможность получать больше, чем просто фиксированную заработную плату. В связи с этим поощрительные выплаты, связанные с достижениями сотрудников. Так же мотивом являются дополнительные формы оплаты труда за личный вклад. В дополнение к основной зарплате организация устанавливает различного рода льготы для лучших работников, это могут быть: скидки на покупку товаров организации, оплата части расходов на образование, медицинское обслуживание и т.д.

Так же применяются организационные и моральные мотивы:

К организационным относятся: предоставление права голоса при решении ряда проблем, предоставление более содержательной и интересной работы, карьерный рост, самостоятельность, авторитет.

К моральным относятся: похвала и критика. Похвала должна следовать за любыми достойными действиями, в то время как критика за недостатки и упущения в работе.

Мотив – это побуждение воли; соображение и чувства, которое побуждает действовать, а мотивация – сила мотива, стимула.

Получение нового места работы, а так же изменение привычных условий деятельности стимулирует работника, вызывает в нем желание проявить себя с лучшей стороны. Не получив возможности почувствовать себя необходимым, самостоятельным работником, которому доверяют и которого уважают, он разочаровывается в своей работе.

При этом, даже просто с экономической точки зрения, люди являются чрезвычайно дорогим ресурсом, а, следовательно, должны использоваться с максимальной эффективностью.

2.5. Проектирование системы контроля.

Контроль - это процесс, обеспечивающий достижение целей организации. Он необходим для обнаружения и разрешения возникающих проблем раньше, чем они станут слишком серьезными, и может также использоваться для стимулирования успешной деятельности.

Существует 3 основных вида контроля, которые схожи друг с другом, т.к. имеют одну и ту же цель: способствовать тому, что фактически получаемые результаты были как можно ближе к запланированным. Различаются эти виды контроля только временем их осуществления.

1. Предварительный контроль. Этот вид контроля осуществляется до фактического начала работ. Основными средствами осуществления этого вида контроля является реализация определенных правил, процедур и линий поведения. Предварительный контроль используется в 3-х ключевых областях - по отношению к человеческим, материальным и финансовым ресурсам.

В организации «Печка» основными средствами предварительного контроля в области человеческих ресурсов являются следующие: установление минимально допустимого уровня образования и стажа работы в данной области, проведение тестов и собеседований с целью определения профессиональной пригодности и психологических качеств нанимаемого работника в период перед его наймом.

Кроме человеческих ресурсов, организация «Печка» осуществляет обязательный предварительный контроль используемых ею материальных ресурсов. В данной области контроль осуществляется на основе разработанных стандартов минимально допустимых уровней качества и проведения физических проверок соответствия поступающих полуфабрикатов этим требованиям. С целью обеспечения данного соответствия в данной организации используется аккредитивная форма расчетов с поставщиками, позволяющая не оплачивать и возвращать некачественные материальные ресурсы.

Важнейшим средством предварительного контроля финансовых ресурсов, используемым организацией «Печка» является бюджет, который позволяет также осуществить функцию планирования.

2. Текущий контроль. Этот вид контроля осуществляется непосредственно в ходе выполнения работ.

Для осуществления текущего контроля деятельности в организации «Печка» используется специальная компьютерная система, позволяющая осуществлять учет материальных запасов.

3. Заключительный контроль. Этот вид контроля предполагает оценку результатов работы после того, как она выполнена. Либо сразу по завершению контролируемой деятельности, либо по истечении определенного заранее периода времени фактически полученные результаты сравниваются с требуемыми.

3 УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ О ПРАКТИЧЕСКОЙ РЕАЛИЗАЦИИ ПРЕДЛАГАЕМЫХ РАЗРАБОТОК

Постоянный рост сложности и разнообразия продукции приводят к повышению сложности работы маркетолога и, соответственно, к росту сложности управления.

Для достижения лучшей востребованности предприятия маркетолог должен произвести следующие работы:

— изучить спрос на конкретные товары на определенном рынке или его сегменты, требования потребителей к товару: его качеству, новизне, уровню цены и др.;

— составить, исходя из комплексного учета рыночного спроса, программы маркетинга по продукту, в которой на основе анализа всех необходимых факторов рассматриваются возможные издержки производства конкретного продукта;

— установить верхний предел цены товара и рентабельности его производства;

— разработать на основе программ маркетинга инвестиционной политики фирмы, расчет полных издержек производства и уровня рентабельности по фирме в целом;

— определение конечного результата хозяйственной деятельности фирмы: валовых доходов и чистой прибыли, после вычета стоимости материальных затрат, оплаты труда, налогов и процентов за кредит.

Для решения проблемы текучести кадров должны быть проведены следующие мероприятия:

* разработать стандарт внутриорганизационных наград (грамоты, значки, вымпелы и т. п.); дополнительно разработать Положение о премировании, основанное на качестве, производительности и прибыли предприятия, а также программу "Дети" (оплата детских путевок или оплата проезда к месту отдыха, страхование детей от несчастных случаев и т. д.);
* скорректировать программу "Здоровье" (компенсация стоимости лекарств для сотрудников, оплата санаторной путевки, доплата некурящим и т. д.), пакет социальных выплат и льгот (компенсация на питание, покупка сотрудниками для себя изделий предприятия по себестоимости, скидка на покупку товаров кафе родственниками и знакомыми и др.);
* составить план проведения корпоративных праздников, поздравлений, конкурсов на год и примерные программы их проведения; систематически проводить планерки, встречи с коллективом, вовлекать менеджеров и специалистов в обсуждение стратегических решений;
* вести отчетность о проведенной работе и достигнутых результатах.

Все эти введения помогут повысить эффективность предприятия и снизить текучесть кадров.

# Заключение

Сегодня все больше руководителей убеждаются в том, что правильно поставленная система стратегического планирования и управления - первооснова любого успешного бизнеса. Тщательно выверенная и реализуемая стратегия является обязательным условием для принятия эффективных управленческих решений: она позволяет мобилизовать финансово-экономический, организационный, производственный и кадровый потенциал компании для достижения главных целей ее развития в среднесрочной и долгосрочной перспективе. Опыт многих российских предприятий показывает, что пренебрежение стратегическим управлением в конечном счете слишком дорого обходится бизнесу.

Проецируя все выше написанное на реалии обстановки в нашей стране, можно отметить, что стратегическое планирование становится все более актуальным для российских предприятий, которые вступают в жесткую конкуренцию как между собой так и с иностранными корпорациями.

В заключение можно подвести итог: данная организация будет перспективной и прибыльной, если все вышеперечисленные мероприятия дадут успешные результаты.

Конечно, ожидаются и всевозможные трудности, связанные как с организацией предприятия, оформлением необходимых договоров, и установление связей с надежными поставщиками, так и с завоеванием доли рынка и ведением конкурентной борьбы в сфере общественного питания.

Но в умелых руках руководителя все проблемы можно решить. А достойная реклама и мероприятия по стимулированию сбыта непременно сформируют положительное мнение у потребителей, удовлетворение потребностей вкусными и качественными блинами, которые являются главной целью предприятия блинной «Печка».

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1 Бекетова О.Н. Бизнес-план: теория и практика / О.Н. Бекетова. - М. : Приор-издат, 2009. – 288 с.

2 Герчиков В. Миссия организации и особенности политики управления персоналом // Управление персоналом, 2009. - 159 с.

3 Глухов, В.В. Менеджмент / В.В. Глухов. 3-е изд.- М.: Феникс, 2007.-324с.

4 Забелин Г.В. / Моисеева Н.К. Основы стратегического управления. - М.: Маркетинг, 2005. - 644 с.

# 5 Ляско, В.И. Стратегическое планирование развития предприятия

/ В.И. Ляско. -М. :Экзамен, 2005. – 288 с.