*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*
*https://stuservis.ru/kontrolnaya-rabota/411532*

**Тип работы:** Контрольная работа

**Предмет:** Менеджмент

-

1. Ключевым моментом планирования является выбор общей и частных целей организации.
Миссия (главная цель) - это четко определенная причина создания и существования организации, качественное направление ее развития. Миссия отражает путь, по которому компания должна идти, чтобы получить прибыль. На основе миссии формируются общекорпоративные цели.
Цели-это конкретные конечные состояния или желаемые результаты, которых организация стремится достичь.
Формулировка миссии должна отражать:
 объект деятельности организации;
 особенности выбранного бизнеса;
 на каких потребителей ориентирован бизнес;
 ценности, которых придерживается организация.
Предметом деятельности ОАО «ЗиТ» является производство автотракторного электрооборудования и запчастей для автомобильных, моторостроительных и тракторных заводов. Исходя из изложенного, миссия предприятия: «Быть надежным партнером и обеспечивать потребителя качественным продуктом».
Девиз: «Мы – наследники проверенного качества отечественного тракторостроения».
Выявленные слабые стороны возможно решить путем:
 обновления системы управления, позволит сократить текучесть кадров;
Сильные стороны компании, помогут с помощью:
 высокого профессионального уровня и опыта массового обслуживания создать хорошую репутацию у потребителей услуг. Отсюда увеличение прибыли и возможность расширения бизнеса;
 подавления конкурентов, увеличить долю рынка за счет расширения ассортимента.

3. Матрица БКГ:
Матрица БКГ представлена в таблице 1:

Далее рассчитаем показатели матрицы БКГ. Рассчитываем показатель роста рынка (РР). Данный показатель характеризует движение товара на рынке, что выражается изменением объема продаж данного товара (результата данного бизнес-процесса) за последний рассматриваемый период (проще говоря - отношение объема продаж за последний период к предпоследнему. Следовательно,
РР1=1564,96/1256,8=2,2;
РР2=1124,4/1124,41=0,99992;
РР3=1132,95/1133,98=0,992312;
РР4=1115,0/1116,44=0,987633;
РР5=11001,52/1256,8=3,9;
Рассчитаем показатель Относительная доля рынка (ОДР). Этот параметр определяется отношением доли рынка компании к доле ведущей конкурирующей компании, а доля рынка компании-это отношение объема продаж к емкости рынка данного продукта.
ОДР1=8/32=0,25;
ОДР2=50/50=1;
ОДР3=62/31=2;
ОДР4=57/43=1,32558;
ОДР5=2/14=0,14286;

-

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*
*https://stuservis.ru/kontrolnaya-rabota/411532*