

Мамыченко Яна, гр.1202

# ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕЛЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ

# ЦЕЛЬ ОРГАНИЗАЦИИ

- Основная общая цель организации - чётко выраженная причина её существования - обозначается как ее миссия.



# МИССИИ

---

- Миссии являются одним из самых существенных решений при планировании и выборе цели организации.
- Миссия детализирует статус фирмы и обеспечивает направление и ориентиры для определения целей и стратегий на различных уровнях развития.

# МИССИИ

Если же руководители не знают основной цели организации, то у них не будет логической точки отсчета для выбора наилучшей альтернативы.

**Миссия провалена**



# ЦЕЛИ ОРГАНИЗАЦИИ

- Экономические и неэкономические



# НЕЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ

---

- К неэкономическим целям можно отнести социальные цели, например улучшение условий труда.
- Иногда неэкономические цели могут отличаться от ожиданий некоторых внутренних или внешних сил организации.

# ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ

---

- Экономические цели организации выраженные в показателях хозяйственной деятельности, можно разделить на количественные и качественные.

Пример количественной цели – увеличение доли рынка фирмы до 10% к 2002 году.

Пример качественной цели – достижение фирмой технологического превосходства в отрасли.

# ЦЕЛИ

---

- Экономические и неэкономические цели могут быть разделены на:
  - . краткосрочные (год или менее)
  - . среднесрочные (от одного до пяти лет)
  - . долгосрочные (свыше пяти лет).



# ДОЛГОСРОЧНЫЕ ЦЕЛИ

Долгосрочные цели, как правило, не имеют четко выраженных количественных характеристик, они в большей степени связаны с миссией фирмы.



# КРАТКОСРОЧНЫЕ ЦЕЛИ

---

- Краткосрочные цели обязательно имеют конкретное содержание и указывают:
  - что должно быть достигнуто (в том числе в количественном выражении);
  - когда цель должна быть достигнута;
  - кто конкретно (какое подразделение организации) выполняет задачу по достижению цели.

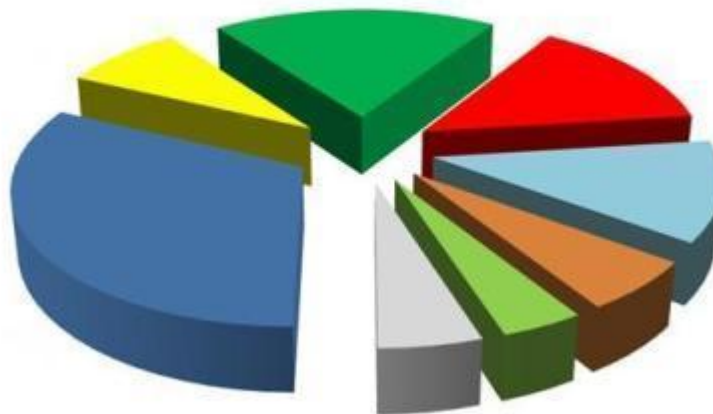
# ПРОСТРАНСТВО ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЦЕЛЕЙ.

---

- Деятельность организации очень разнообразна, поэтому организация не может быть сосредоточена на единственной цели, а должна определить несколько наиболее значительных ориентиров действий. Выделяют восемь ключевых пространств, в рамках которых организация определяет свои цели.

# ПОЛОЖЕНИЕ НА РЫНКЕ

- Здесь фирма определяет позицию по отношению к конкурентам, выражает свой успех в показателях конкурентоспособности



# ИННОВАЦИИ

---

- . производство новых товаров;
- . внедрение на новые рынки;
- . применение новых технологий;
- . использование новых методов организации производства.

# ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ

Фирма определяет цели на уровне взаимосвязи результатов хозяйствования с ресурсами, необходимыми для достижения этих результатов.



# РЕСУРСЫ

---

- Фирма проводит оценку всех видов имеющихся у нее экономических ресурсов, оборудования, наличности.



# ДОХОДНОСТЬ

Формируется способность организации зарабатывать доходы сверх затрат, необходимых для генерирования доходов.





# УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Выражены в качестве менеджмента,  
шкале  
персональных  
достижений  
менеджеров,  
работающих в  
организации.



# ПЕРСОНАЛ: ВЫПОЛНЕНИЕ ТРУДОВЫХ ФУНКЦИЙ

---

Бизнес должен признать свою ответственность перед работниками, добиться того, чтобы цели эффективно отражали способы мотивации людей занятых в организации. Это может быть и более высокая зарплата, лучшие условия труда, возможности роста профессионального развития работников и т.д.



**ПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**