

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

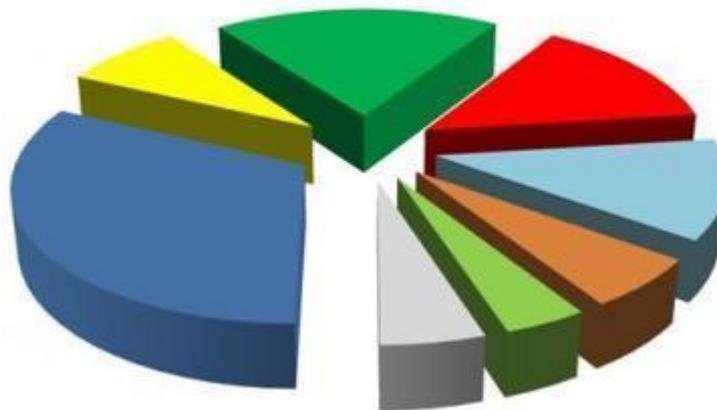
- Краткосрочные цели обязательно имеют конкретное содержание и указывают:
 - что должно быть достигнуто (в том числе в количественном выражении);
 - когда цель должна быть достигнута;
 - кто конкретно (какое подразделение организации) выполняет задачу по достижению цели.

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!