Федеральное агентство по образованию

**Государственное образовательное учреждение**

**высшего профессионального образования**

**Московский государственный индустриальный университет**

**(ГОУ МГИУ)**

*Кафедра менеджмента*

**Курсовая работа**

по дисциплине «*Менеджмент*»

на тему «Создание новой организации»

|  |  |
| --- | --- |
| Группа | 7219 |
| Студент | Кожевникова А.А. |
| Руководитель проекта,  ст. преп. | Корчин О.П. |

Москва, 2010

**Аннотация**

В курсовой работе рассмотрены необходимые условия для создания нового предприятия. Для этого было составлено «дерево целей», разработан элементный аспект и составлена структурная схема предприятия.

Ключевые слова: предприятие, функциональный аспект, «дерево целей», элементный аспект, организационный аспект, структурная схема предприятия, линии связи и согласования.

**Содержание:**

1. Введение………………………………………………………………………….2
2. Функциональный аспект.………………………………………………………..3
3. Элементный аспект………………………………………………………………9
4. Организационный аспект………………………………………………………10
5. Заключение……………………………………………………………………...16
6. Список литературы……………………………………………………………..17

**Введение**

В условиях жесткой конкурентной борьбы и быстро меняющейся ситуации фирмы должны не только концентрировать внимание на внутреннем состоянии дел, но и вырабатывать долгосрочную стратегию поведения, которая позволяла бы успевать за изменениями, происходящими во внешнем окружении. Ускорение изменений в окружающей среде, появление новых запросов и изменение позиций потребителей, рост конкуренции за ресурсы, интернационализация бизнеса, появление новых неожиданных возможностей для бизнеса, открываемых достижениями науки и техники, развитие информационных сетей, делающих возможным быстрое распространение и получение информации, широкая доступность современных технологий, изменение роли человеческих ресурсов, а также ряд других причин привели к резкому возрастанию значения стратегического управления.

Не существует стратегии, единой для всех компаний, так же, как не существует единого универсального стратегического управления. Каждая фирма уникальна в своем роде, поэтому и процесс выработки стратегии для каждой отдельной фирмы уникален, так как он зависит от позиции фирмы на рынке, динамики ее развития, ее потенциала, поведения конкурентов, характеристик производимого ею товара или оказываемых услуг, состояния экономики, культурной среды и ещё многих факторов. И в то же время есть некоторые основополагающие моменты, которые позволяют говорить об обобщенных принципах выработки стратегии поведения и осуществления стратегического управления.

Одним из таких моментов является тот факт, что исходной точкой стратегического управления любой организацией является ее миссия и цели. Актуальность работы заключается в том, что именно миссия и цели организации задают основное направление развития организации. Поэтому очень существенным, а, может быть, и самым важным решением в стратегическом управлении является проектирование миссии и целей.

В курсовой работе показана организацияОАО КОНДИТЕРСКАЯ ФАБРИКА"Слодыч", учредителями которой является общее собрание акционеров.

Основными видами продукции ОАО «Солодыч» являются, в основном, кондитерские изделия.

**Функциональный аспект**

В Основная общая цель организации - четко выраженная причина ее существования - обозначается как ее миссия. Цели организации вырабатываются для осуществления этой миссии.

Цели организации формулируются и устанавливаются на основе общей миссии организации и определенных ценностей и целей, на которые ориентируется высшее руководство. Чтобы внести истинный вклад в успех организации, цели должны обладать рядом характеристик.

1. Во-первых, цели организации должны быть конкретными и измеримыми. Выражая свои цели в конкретных измеримых формах, руководство создает четкую базу отсчета для последующих решений и оценки хода работы.
2. Конкретный горизонт прогнозирования представляет собой другую характеристику эффективных целей. Цели обычно устанавливаются на длительные или краткие временные промежутки. Долгосрочная цель имеет горизонт планирования приблизительно равный пяти годам. Краткосрочная цель в большенстве случаев представляет один из планов организации, который следует завершить в пределах года. Среднесрочные цели имеют горизонт планирования от одного до пяти лет.
3. Цели организации должны быть достижимыми, - чтобы служить повышению эффективности организации.
4. Чтобы быть эффективными, множественные цели организации должны быть взаимно поддерживающими - т. е. действия и решения, необходимые для достижения одной цели, не должны мешать достижению других целей.

Цели организации будут значимой частью процесса стратегического управления только в том случае, если высшее руководство правильно их сформулирует, затем эффективно их институционализирует, информирует о них и стимулирует их осуществление во всей организации. Процесс стратегического управления будет успешным в той степени, в какой высшее руководство участвует в формулировании целей и в какой мере эти цели отражают ценности руководства и реалии фирмы. Все это цели организации. основе факторного аспекта лежит построение дерева целей системы, вершиной которого является главная цель, а ветвями - локальные (обеспечивающие) цели, реализация которых обеспечивает достижение главной цели.

**ДЕРЕВО ЦЕЛЕЙ** — в программно-целевых методах планирования и управления граф — схема, показывающая членение общих (генеральных) целей плана или программы на подцели (затем последних — на подцели следующего уровня и т. д.). Дерево — это связный граф, выражающий соподчинение и взаимосвязи элементов; в данном случае такими элементами являются цели и подцели.

Области определения целей организации:

* Положение на рынке. Рыночными целями могут быть завоевание лидерства на определенном рынке или его сегменте, увеличение доли рынка компании, укрепление конкурентного статуса фирмы.
* Инновации. Целевые установки в этой области связанны с определением новых способов ведения бизнеса, развитием производства новых товаров, применением новых технологий.
* Производительность. Более эффективно то предприятие, которое обеспечивает производство продукции по более низкой себестоимости. Для любого предприятия важны такие показатели, как производительность труда, энергоемкость, ресурсосбережение.
* Ресурсы. Определяется потребность во всех видах ресурсов и формулируются цели относительно расширения или сокращения ресурсной базы, обеспечения ее стабильности, снижения зависимости предприятия от одного источника сырья.
* Прибыльность, эти цели связаны с достижением определенного уровня рентабельности, обеспечением заданного уровня прибыли, как правило, выражены количественно.
* Управленческие аспекты. Обеспечение эффективного менеджмента – цель любой организации, ориентирующейся на долгосрочную перспективу. Привлечение к работе выдающихся менеджеров, формирование соответствующей организационной культуры, создание систем управления для деятельности в условиях непредвиденных ситуаций – лишь некоторые из тех факторов, которые влияют на эффективность управленческого процесса.
* Персонал. Цели в отношении персонала могут быть связаны с сохранением рабочих мест, обеспечением определенного уровня оплаты труда, улучшением условий и мотивации труда, сокращением текучести кадров, повышением уровня квалификации.

**Главная цель**:Получение прибыли

**1.ОПФ**

1.1Поиск поставщика ОПФ

1.2Заключение договора с поставщиками ОПФ

1.1.1Оплата ОПФ

1.1.2 Доставка ОПФ

1.1.1.1выгрузка и складирование ОПФ

1.1.1.2Установка ОПФ

**2.Производство**

2.1Изготовление основной продукции

2.2.Проверка качества продукции на брак

2.3. Складирование продукции на производственные склады

2.4. Транспортировка продукции на склады

2.5.Доставка продукции клиентам компании

**3.Снабжение**

3.1Поиск поставщиков необходимого сырья

3.1.1.Заключение договоров на поставку и открытие необходимых считов

3.1.2..Оплата сырья

3.1.2.1Грузопереработка сырья

3.1.2.2.Транспортировка и складирование сырья.

3.2.Поиск поставщиков оборудования

3.2.1.Заключение договоров на поставку

3.2.2..Оплата оборудования

3.2.2.1. Транспортировка и выгрузка оборудования

3.2.2.2 Установка оборудования

**4.Соц.пакет**

4.1Мед. обслуживание и страхование жизни

4.2Предоставление тарифных и нетарифных(за свой счет) отпусков

4.3Оплата больничного листа

4.4Оплачиваемая мобильная связь и проезд в транспорте

4.5Негосударственное пенсионное страхование

4.6Дополнительные дни к положенному по Трудовому кодексу РФ 28-дневному отпуску.

**5.Персонал**

5.1.Поиск персонала отделом кадров

5.1.1.Проведение собиседования с кандидатами.

5.1.1.1.Оформление сотрудников,прошедших собеседование

5.1.1.1.1Выдача основных инструкций,обучение работе

**6.Финансы**.

6.1.Расчеты с поставщика

6.2.Выплаты по кредитам и займам

6.3.Выплата з/п сотрудникам

6.3.1.Выплата больничных листов

6.3.2.Выплата по отпускам

6.4.Подсчет прибыли от продаж

6.4.1.Анализ чистой прибыли

6.5.Подсчет нераспределенной прибыли

6.6.Инвистиции, благотворительность и др.цели

**7.Маркетинг.**

7.1 Комплексное изучение рынка

7.1.1.Анализ ситуации, производственно-сырьевых и товарных ресурсов предприятия

7.1.2.Реклама

7.2.Разработка и осуществление стратегии и тактики маркетинга

7.3.Разработка маркетинговых программ и обеспечение их выполнения

7.4.Обоснование рекомендаций по управлению качеством товара

7.5.разработка комплекса маркетинга (товарной, ценовой, сбытовой политики и политики формирования спроса и стимулирования сбыта) и обеспечение его рационального функционирования.

**Элементный аспект**

Элементный аспект необходим для установления роли и значения каждого элемента в управлении, проектировании связей и отношений между ними и создания на этой основе комбинированной модели их взаимодействия. Он предусматривает выделение в системе определенного набора элементов, необходимого для реализации конкретных функций-задач.

Основные производственные фонды (ОПФ) — отражённые в бухгалтерском или налоговом учёте основные фонды организации в денежном выражении. ОПФ — часть производственных фондов предприятия, имущество предприятия, которое вещественно воплощено в средства труда, сохраняет в течение длительного времени свою натуральную форму, а свою стоимость переносит по частям на вновь созданный продукт за ряд кругооборотов, следовательно — амортизацию. Основные фонды — это средства труда, которые многократно участвуют в производственном процессе, сохраняя при этом свою натуральную форму. Предназначаются для нужд основной деятельности организации и должны иметь срок использования более года. По мере износа, стоимость основных средств уменьшается и переносится на себестоимость продукции с помощью амортизации.

Производство – деятельность по использованию факторов производства с целью достижения наилучшего результата.

Процесс снабжения – это совокупность операций, обеспечивающих предприятие необходимыми предметами и средствами труда. Основная задача предприятия по организации снабжения – своевременное бесперебойное и комплексное снабжение производства всеми необходимыми материальными ресурсами при минимальных издержках управления запасами.

Персонал предприятия - это совокупность физических лиц, состоящих с фирмой как юридическим лицом в отношениях, регулируемых договором найма

Социальная ответственность – одна из основных составляющих деятельности. Масштаб деятельности и статус государственной корпорации накладывает на Компанию целый ряд

обязательств, от выполнения которых во многом зависит благополучие значительной части российского общества. Поэтому содействие развитию общества в социальной сфере -

важнейшая стратегическая задача Компании.

Финансы организации (или корпоративные финансы) — денежные отношения, связанные с формированием и распределением денежных доходов и накоплений и их использования на различные цели (например на выполнение обязательств перед финансово-банковской системой, финансирование затрат, выплаты дивидендов по акциям, арендную плата и так далее). Финансы организации: формирование, распределение, использование денежных фондов.

Маркетинг — управление созданием товаров и услуг и механизмами их реализации как единым комплексным процессом.

Разделы деерева целей Основные производственные фонды и раздел Производство связаны друг с другом. Производство требует наличае зданий, сооружений,территорий,

оборудования,материалов,которое входит в состав ОПФ.

Разделы Персонал и Соц. пакет также имеют связь.Они связаны между собой тем, что достижение результатов по обоим целям зависит от работы отдела кадров компании.В обеих целях объектом являются сотрудники организации.

Разделы Производство и Снабжение так же связаны между собой.Производство предполагает изготовление готового продукта, а снабжение -поставку нужного материала для готовой

продукции.

приводит к тому что колличествовыпущенной продукциистановтся равным колличеству потребляемой, что позволяет сократить издержки, сокращает так же возвраты продкуции от

клиентов, не дает продукции "залежаться" на складе. Разработка маркетинговых программ и обеспечение их выполнения позволяют компании оптимизировать закупку сырья для

производства.

**Организационный аспект**

**Организационная структура управления – совокупность специализированных функциональных подразделений, взаимосвязанных в процессе обоснования, выработки, принятия и реализации управленческих решений.** Графически чаще всего изображается в виде иерархической диаграммы, показывающей состав, подчиненность и связи структурных единиц организации

Организационная модель – это принципы формирования подразделений, делегирования полномочий и наделения ответственностью. По сути, организационная модель показывает, как сформировать подразделение.

Предприятие создано в виде ОАО, что отразилось на организационной структуре предприятия.

Высшим органом управления ОАО “Кондитерская фабрика “Слодыч” является общее собрание акционеров. В период между собраниями акционеров управление ОАО осуществляется Наблюдательным советом, действующим на основании Устава. Руководство текущей деятельностью общества осуществляет дирекция и директор. Они подотчетны по всем вопросам своей деятельности Наблюдательному совету и собранию акционеров.

Директор возглавляет дирекцию, организует ее работу и председательствует на ее заседаниях. Заместители директора назначаются директором предприятия по согласованию с наблюдательным советом. Руководители подразделений назначаются на должность и освобождаются от должности директором предприятия. Главный бухгалтер предприятия назначается и освобождается от должности директором предприятия по согласованию с наблюдательным советом предприятия в порядке, установленном Законом Республики Беларусь.

Дирекция предприятия в составе директора, главного инженера, заместителя директора по экономике и финансам, заместителя директора по логистике, заместителя директора по идеологической работе, заместителя директора по производству, заместителя директора по продажам, главного бухгалтера, начальника отдела правовой и кадровой работы осуществляет функции организации и управления работой подразделений предприятия по всем направлениям производственно-хозяйственной деятельности.

Исполнительным органом предприятия является дирекция во главе с директором, который решает самостоятельно все вопросы деятельности, за исключением отнесенных Уставом общества и законодательством к компетенции наблюдательного совета и собрания акционеров.

Анализируя организационную структуру управления ОАО, видим, что напрямую директору подчиняются 6 функциональных руководителей: заместитель директора по экономике и финансам; заместитель директора по производству; главный инженер; заместитель директора по идеологической работе; заместитель директора по логистике; заместитель директора по продажам. Количество и перечень функциональных руководителей определяется штатным расписанием на предприятии. В свою очередь у каждого функционального руководителя в подчинении находятся определенные подразделения (звенья).

Заместитель директора по экономике и финансам, в его подчинении: бухгалтерия во главе с главным бухгалтером, планово-экономическое бюро, отдел организации труда и заработной платы, сектор АСУП;

Заместитель директора по производству, в его подчинении: главный технолог, бисквитный цех, отдел маркетинга и стратегического развития, полиграфический участок;

Главный инженер, в его подчинении: главный энергетик, главный механик, лаборатория КИПиА, ремонтно-строительный участок, ведущий инженер по системе менеджмента и качества, ведущий инженер по охране труда. Главный энергетик в свою очередь возглавляет отдел главного энергетика и курирует вопросы электротехнического участка, участка эксплуатации энергетического и сантехнического оборудования. Главный механик возглавляет отдел главного механика и курирует следующие службы: ремонтно-механический участок, участок эксплуатации технологического оборудования.

Заместитель директора по идеологической работе, в его подчинении отдел правовой и кадровой работы, здравпункт, столовая, делопроизводитель;

Заместитель директора по логистике, в его подчинении отдел материально-технического снабжения, центральный склад готовой продукции, транспортный участок, участок административно-хозяйственного обслуживания;

Заместитель директора по продажам, в его подчинении отдел продаж по Республике, ОПП по г. Минску, ОПП по г. Гродно и Гродненской области, ОПП по г. Бресту и Брестской области, ОПП по г. Могилеву и Могилевской области, менеджер по фирменной торговле. Менеджер по фирменной торговле в свою очередь возглавляет и курирует всю фирменную торговлю ОАО.

Прямое подчинение директору: секретарь приемной руководителя, центральная лаборатория, участок охраны, служба безопасности.

Данная организационная структура управления на предприятии имеет свои преимущества и недостатки. Одно из преимуществ состоит в том, что при решении важных вопросов и задач происходит более глубокая подготовка решений, связанных со специализацией работников. Недостаток состоит в том, что отсутствуют взаимосвязи на горизонтальном уровне между производственными отделениями.

Анализируя организационную структуру управления ОАО “Кондитерская фабрика “Слодыч”, можно сказать о том, что организация при данной структуре управления работает эффективно, стабильно. Существующая организационная структура управления на предприятии относится к линейно-функциональному типу. На предприятии постоянно совершенствуется организационная структура управления.

Материально-техническую базу и средства предприятия (т.е. его имущество) составляют основные и оборотные средства, а также иные материальные ценности и финансовые ресурсы, приобретенное имущество за счет средств предприятия. Источниками формирования имущества акционерного общества являются:

- доходы, полученные от реализации продукции, работ, услуг, а также от других видов хозяйственной деятельности;

- доходы от ценных бумаг;

- кредиты банков и других кредиторов;

- денежные взносы членов арендного предприятия;

- иные источники, не запрещенные законодательством РБ.

Имущество предприятия находится в собственности акционерного общества, в котором доля государства составляет не менее 70%, оставшиеся 30% принадлежат членам акционерного общества, включая непосредственно работников ОАО “Кондитерская фабрика “Слодыч”.

ОАО “Кондитерская фабрика “Слодыч” самостоятельно определяет направление своей хозяйственной деятельности и распоряжается произведенной продукцией (работами, услугами) и полученным доходом в соответствии с действующим законодательством и договором аренды. Обеспечивает производство, хранение и реализацию в торговую сеть города кондитерских изделий.

В настоящее время ОАО “Кондитерская фабрика “Слодыч” заключил свыше 200 договоров на поставку продукции в областные и районные центры, а также свыше 1200 договоров с потребителями - торговыми точками города и области.

ОАО “Кондитерская фабрика “Слодыч” осуществляет производство, хранение следующих кондитерских изделий: основным видом является печенье (сахарное, сдобное, затяжное), а также крекер и вафельный лист, которые затем реализуются по оптовым или договорным ценам в порядке, предусмотренном договорными обязательствами предприятия.

Акционерное предприятие приобретает сырье, материалы и другие материально-технические ресурсы по действующим оптовым или договорным ценам в порядке и на условиях, установленных для субъектов хозяйствования на территории РБ согласно их статусу. Из-за отсутствия строгих норм по отпуску собственной продукции торговым организациям ОАО “Кондитерская фабрика “Слодыч” ведет взвешенную политику продвижения собственной продукции на рынке Республики Беларусь и на территории соседних Республик. Для осуществления своих целей предприятие:

- приобретает материальные ресурсы по фондам и лимитам, выделенным в установленном порядке, и на основе тендерного конкурса среди поставщиков;

- приобретает здания;

- арендует сооружения, оборудование, материалы, сырье, инструменты и другое имущество у предприятий, организаций и населения;

- привлекает в случае необходимости на добровольной основе денежные взносы арендаторов, а также средства других предприятий путем выпуска и распространения ценных бумаг;

- продает, обменивает, сдает в субаренду, предоставляет в бесплатное временное пользование или взаймы другим предприятиям, организациям и гражданам здания, сооружения, оборудование, технику, инвентарь, материалы и другие материальные ценности;

- списывает с баланса основные фонды, если они изношены или морально устарели;

- предоставляет другим предприятиям кредит на условиях, определяемых соглашением сторон, в виде отсрочки по расчетам за продукцию ОАО “Слодыч”.

ОАО “Кондитерская фабрика “Слодыч” осуществляет учет результатов своей деятельности, ведет бухгалтерскую и статистическую отчетность, в порядке, установленном государством, несет ответственность за ее достоверность.

Основной целью ОАО “Кондитерская фабрика “Слодыч” является хозяйственная деятельность, направленная на получение прибыли для удовлетворения социальных и экономических интересов как членов трудового коллектива, так и общества в целом.

Главными задачами предприятия являются:

- стремление к максимальному удовлетворению населения Республики в продукции фабрики;

- обеспечение высоких потребительских свойств производимой продукции;

- снижение затрат на производство;

- прибыльность предприятия на основе высокоэффективной производственной деятельности;

- обеспечение роста благосостояния членов трудового коллектива.

*Вертикальные связи:*

- Собрание акционеров и совет директоров. Совет директоров обязан исполнять приказы и распоряжения собранию акционеров.

- Совет директоров и генеральный директор. Генеральный директор обязан исполнять приказы и распоряжения совета директоров.

- Генеральный директор и директор по маркетингу и персоналу. Директор по маркетингу и персоналу обязан исполнять приказы и распоряжения генерального директора.

- Генеральный директор и директор по экономике и финансам. Директор по экономике и финансам обязан исполнять приказы и распоряжения генерального директора.

- Генеральный директор и коммерческий директор. Коммерческий директор обязан исполнять приказы и распоряжения генерального директора.

- Генеральный директор и технический директор. Технический директор обязан исполнять приказы и распоряжения генерального директора.

-Генеральный директор и отдел АСУ. Отдел АСУ обязан исполнять приказы и распоряжения генерального директора.

-Генеральный директор и бухгалтерия. Бухгалтерия обязана исполнять приказы и распоряжения генерального директора.

- Генеральный директор и канцелярия. Канцелярия обязана исполнять приказы и распоряжения генерального директора.

- Генеральный директор и отдел МТС. Отдел МТС обязан исполнять приказы и распоряжения генерального директора.

- Генеральный директор и отдел управления качеством. Отдел управления качеством обязан исполнять приказы и распоряжения генерального директора.

- Генеральный директор и группа по разработке новой продукции. Группа по разработке новой продукции обязана исполнять приказы и распоряжения генерального директора

- Генеральный директор и служба управления производством. Служба управления производством обязана исполнять приказы и распоряжения генерального директора.

- Бухгалтерия и расчетный отдел. Расчетный отдел обязан исполнять приказы и распоряжения бухгалтерии.

- Отдел МТС и центральный склад. Центральный склад обязан исполнять приказы и распоряжения отдела МТС.

- Служба управления производством и рознично-конфетный цех. Рознично – конфетный цех обязан исполнять приказы и распоряжения службы управления производством.

- Служба управления производством и бисквитно-вафельныо-конфетный цех. Бисквитно-вафельныо-конфетный цех обязан исполнять приказы и распоряжения службы управления производством.

- Служба управления производством и шоколадно – мармеладный цех. Шоколадно-мармеладный цех обязан исполнять приказы и распоряжения службы управления производством.

-Директор по маркетингу и персоналу и отдел по управлению персоналом и оплатой труда. Отдел по управлению персоналом и оплатой труда обязан исполнять приказы и распоряжения директора по маркетингу и персоналу.

- Директор по маркетингу и персоналу и отдел маркетинга. Отдел маркетинга обязан исполнять приказы и распоряжения директора по маркетингу и персоналу.

- Директор по экономике и финансам и планово-экономический отдел. Планово-экономический отдел обязан исполнять приказы и распоряжения директора по экономике и финансам.

- Коммерческий директор и отдел продаж. Отдел продаж обязан исполнять приказы и распоряжения коммерческого директора.

- Коммерческий директор и склад готовой продукции. Склад готовой продукции обязан исполнять приказы и распоряжения коммерческого директора.

- Коммерческий директор и транспортный цех. Транспортный цех обязан исполнять приказы и распоряжения коммерческого директора.

- Отдел продаж и группа региональных продаж. Группа региональных продаж обязана исполнять приказы и распоряжения отдела продаж.

- Отдел продаж и группа областных и городских продаж. Группа областных и городских продаж обязана исполнять приказы и распоряжения отдела продаж.

- Технический директор и служба главного энергетика. Служба главного энергетика обязана исполнять приказы и распоряжения технического директора.

- Технический директор и технический отдел. Технический отдел обязан исполнять приказы и распоряжения технического директора.

- Технический отдел и строительная группа. Строительная группа обязана исполнять приказы и распоряжения технический отдел.

- Служба главного энергетика и электроцех. Электроцех обязан исполнять приказы и распоряжения службы главного энергетика.

- Служба главного энергетика и парокотельный цех. Парокотельный цех обязан исполнять приказы и распоряжения службы главного энергетика.

- Служба главного энергетика и компрессорный участок. Компрессорный участок обязан исполнять приказы и распоряжения службы главного энергетика.

*Горизонтальные связи:*

Совет директоров ,генеральный директор, директор по экономике и финансам, коммерческий директор, технический директор, отдел АСУ, бухгалтерия, канцелярия, отдел МТС, отдел управления качеством по разработке новой продукции, служба управления производством. Все они обязаны исполнять приказы и распоряжения собрания акционеров.

**Заключение**

Некая групп должна соответствовать нескольким обязательным требованиям,чтобы считаться организацией. К ним относятся:  
 1. Наличие по крайней мере двух людей, которые считают себя частью этой  
группы  
 2. Наличие по крайней мере одной цели (т.е. желаемого конечного  
состояния или результата), которую принимают как общую все члены данной  
группы.  
 3. Наличие членов группы, которые намеренно работают вместе, чтобы  
достичь значимой для всех цели.  
 Соединив в одну эти существенные характеристики, мы получаем важное  
определение:  
 Организация - это группа людей, деятельность которых сознательно  
координируется для достижения общей цели или целей.

В работе построены «дерево целей» и организационная структура ОАО «Слодыч». Цели предприятия заключаются в правильном подборе и обеспечении организации ОПФ, сырьем, ресурсами, правильной и качественной подборке персонала, обеспеченности финансовыми ресурсами и анализе рынка конкуренции. Правильный подбор и соподчинение персонала поможет правильному развитию предприятия.

**Список литературы**

1.Веснин В. Р. Менеджмент : учеб. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ТК Велби, Изд-во, Проспект, 2006.

2.Егорова Т.А. «Организация производства на предприятиях машиностроения». Учебное пособие, 2007

3.Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь.-5-е изд., перераб. и доп.-М., 2006

4. Мескон М. Х. Основы менеджмента. - М.: Человек, 2006.