**Контрольная работа**

**Микропроект по описанию отдельных аспектов деятельности организации на примере ООО «СпортМеханика»**

**1. Миссия организации**

Миссия организации – выражение ее философии и смысла существования. Миссия обычно декларирует статус предприятия, принципы его работы, намерения руководства. Таким образом, центральным моментом миссии является ответ на вопрос: какова главная цель организации?

Компания «Спортмеханика» также привела на своем официальном сайте (sport-m.ru) свою миссию.

«Компания **Спортмеханика** работает на рынке спортивного оборудования с 1989 года и является одной из ведущих российских компаний в области оснащения спортивных сооружений.

Поручив нам весь комплекс работ по обустройству спортивного сооружения, заказчик получает гарантию качества. Наша технология работы с клиентами предполагает удовлетворение интересов любого уровня. Высокий профессионализм специалистов, применение новейших достижений в области спортивного строительства позволяют компании оснащать объекты мирового уровня.

Специалисты фирмы внимательно подходят к каждому заказу, предоставляя оптимальное сочетание цены и качества и выполняя его в короткие сроки.

Высокие достижения компании **Спортмеханика** – результат серьезных вложений в развитие инфраструктуры: комплексное развитие системы закупок, продаж, складской, транспортной, сервисной служб, автоматизации всех бизнес-процессов, создание региональных отделений компании».

На сегодняшний день выделяют 5 основных положений, которые обязательно должны быть упомянуты в миссии организации.

**2. Предмет бизнеса**

Предоставление услуг по оснащению спортивных объектов, гарантируя качество и выполнение работ в срок.

**3. Базисные стратегические намерения организации**

Миссия компании выражает инновационность компании во всех направлениях, начиная от инноваций в строительных технологиях, так и внедрение их в инфраструктуру самой компании.

**4. Главные конкурентные преимущества организации**

Как главные преимущества компания отмечает: свое давние присутствие на рынке, способность реализовывать проекты мирового уровня, особе внимание к каждому заказу, оптимальное соотношение цена-качество, соблюдение срочности проекта.

**5. Ведущие ценности организации**

Исходя из миссии, главной ценностью компании является удовлетворение потребностей заказчика.

**6. Основные заинтересованные группы и их ожидания**

В миссии нет четкой градации, компания стремится удовлетворить все интересы, что весьма проблематично, ведь сфера оснащения спортивных объектов очень широка.

Проанализировав миссию можно сделать вывод, что компания является лидером в своей области, готова пойти на все ради удовлетворения желаний заказчика. Также она является новатором в данной области. Но на мой взгляд, провозгласив такую миссию на собрании, сотрудники не будут воодушевлены, ведь компания ни словом их не упомянула, ничего о том, как они важны, что компания стремится поддерживать высокий уровень заработной платы, ни слова об улучшении условий труда. А на ой взгляд на альтруизме далеко не уедешь.

**7. Функциональные цели**

Рассмотрим 3 основные области

1. производственные
2. маркетинговые
3. финансовые

**8. Производственные цели**

1. Повышение скорости и качества выполнения работ.
2. Внедрение инноваций в строительстве и оснащении.
3. Снижение себестоимости сооружений.
4. Улучшение качества и скорости работ, за счет привлечения высокопрофессиональных кадров.
5. Ведение разработок новых технологий строительства и оснащения.
6. Работа с проверенными поставщиками.

**9. Маркетинговые цели**

1. Освоение новых рынков,
2. Расширение спектра предоставляемых услуг
3. Увеличение своей доли присутствия в сегменте постройки ледовых арен.
4. Получение права на постройку и оснащение в Сочи, ледовых арен, для проведения Олимпиады.
5. Увеличение числа заказчиков.

**10. Финансовые цели**

1. Выполнение месячного плана
2. Привлечение новых инвесторов
3. Снижение издержек на производство.
4. Возвращение большого количества задолженностей за выполненные работы.
5. В условии кризисной ситуации в компании, целесообразно, как цель максимизация прибыли.

**11. Ресурсы организации**

Рассмотрим ресурсы используемые организацией:

**Материалы**

Компания использует большое количество стройматериалов, от песка и цемента до сложнейших и дорогостоящих покрытий.

**Капитал**

Данная компания, в период моей работы, находилась не в лучшем финансовом состоянии и главным источник финансов были кредиты, которые позже гасились средствами, поступавшими от заказчиков, за принятые объекты.

**Человеческие ресурсы**

Для данной компании, эти ресурсы имеют крайне важное значение. Сфера спортивного оснащения требует довольно высокого профессионализма в данной области и потеря кадров грозит срывом сроков, если ни заказа вообще. Так как выполнение многих операций требует опыта, а специалистов например по укладке травы на футбольных полях в России можно по пальцам одной руки пересчитать.

**Информация**

Компания «Спортмеханика» не является единственной в данном сегменте, в данной области именно КОМПЛЕКСНОГО оснащения действует около 10 компаний. И информация необходима для отслеживания действий конкурентов их ценовой политики и много другого. Но зачастую главными конкурентами компаний такого типа являются маленькие узконаправленные компании. Например, компании только по постройке футбольных полей или ледовых арен. Также информация необходима для отслеживания финансов выделяемых государством, ведь большинство объектов строит именно оно. Необходимо знать куда направили деньги и на постройку какого объекта и вовремя сделать коммерческой предложение.

**Технология**

Технология является для данной компании одной из главнейших ценностей. Она делится на:

– **Физические объекты.** Для данной компании это здания, склады, компьютеры, оборудование и инвентарь для строительства и монтажа.

– **Ноу-Хау.** Это и отличает данную компанию от своих конкурентов и мелких узконаправленных фирм. Компании это необходимо, как воздух. Приведу пример, эта компания строила поле для финала лиги чемпионов в Москве, в итоге из-за незнания технологии проращивания травы, было загублено поле стоимостью в 7 миллионов рублей. Это ярко иллюстрирует потребность в знании и технологии.

– **Технологические процессы**

Процессы настолько разнообразны и многогранны, что я распишу только основные, так как один процесс включает в себя большое количество более мелких.

* [Чертежи, финансирование и разрешения](http://www.bukra.lt/ru/technology.phtml?section=23#1#1)
* [Разбивка здания](http://www.bukra.lt/ru/technology.phtml?section=23#2#2)
* [Земляные работы и фундамент](http://www.bukra.lt/ru/technology.phtml?section=23#3#3)
* [Стены фундамента и подвала, дренаж и обратная засыпка](http://www.bukra.lt/ru/technology.phtml?section=23#4#4)
* [Каркас](http://www.bukra.lt/ru/technology.phtml?section=23#5#5)
* [Двери и окна](http://www.bukra.lt/ru/technology.phtml?section=23#6#6)
* [Водопровод и канализация, отопление, электрическая проводка](http://www.bukra.lt/ru/technology.phtml?section=23#7#7)
* [Наружная отделка](http://www.bukra.lt/ru/technology.phtml?section=23#8#8)
* [Теплоизоляция, воздухо- и пароизоляция](http://www.bukra.lt/ru/technology.phtml?section=23#9#9)
* [Внутренняя отделка](http://www.bukra.lt/ru/technology.phtml?section=23#10#10)
* [Окраска, встроенная мебель и установка внутреннего оборудования](http://www.bukra.lt/ru/technology.phtml?section=23#11#11)
* [Ландшафтная планировка и озеленение](http://www.bukra.lt/ru/technology.phtml?section=23#12#12)

Основная технология, реализующаяся в ООО «Спортмеханика» по классификации технологий Джоан Вудворд (поскольку она наиболее известна и используема), то это «индивидуальное или мелкосерийное производство»

**Оценка организационной культуры: перечень характерных артефактов.**

**Физические артефакты.** К ним в данной организации можно отнести только логотип.



Никакого особого расположения кабинетов, никаких знаков отличия, особой формы одежды в компании нет.

**Поведенческие артефакты**

Церемоний, ритуалов, традиций и привычек в компании нет, на мой взгляд, они не успевают сформироваться из-за высокой текучки кадров, а начальству все равно.

Способы одобрения и наказания в компании это штрафы и крики на подчиненных, поощрений я не видел ни словом ни рублем, премии не давали из-за тяжелого финансового положения, да и наверное просто из жадности.

Герои и злодеи в компании присутствовали и в изобилии, в основном это было начальство загнавшее фирму в кризисное состояние. Задерживая зарплату и постоянно обманывая со сроками ее выдачи, но главным фактом и ударом по их репутации было увольнение ведущего звена менеджеров по продажам, которые приносили огромные деньги компании, но их уволили из того, что пришло время платить им проценты за работу. Руководство решило их просто уволить.

Тональность взаимодействия в компании среди всех слоев сотрудников была неприязненна, на людях сказывалось безразличие начальства, задержки зарплаты.

**Тип организационной культуры**

Данной компании, на мой взгляд, присуща Культура власти, или культура Зевса. В такой культуре доминирует руководитель, он оказывает определяющее влияние на деятельность организации.

**12. Факторы деловой среды**

**Потребители**

Потребителями услуг данной компании в основном являются различные органы местного самоуправления, т.е. основным заказчиком и потребителем является государство.

**Партнеры**

К партнерам данной компании можно отнести различные предприятия и фирмы по производству стройматериалов от бетонных блоков и стальных балок (компания «Русснаб»), до компаний по предоставлению техники («Паллард»). Также партнерами можно назвать те компании, которые поставляют уникальные товары: съемный паркет из дорогих видов дерева («ALPENHOLZ»), особые покрытия для ледовых арен, рулоны газонной травы («Зеленый ковер»).

# Конкуренты

# Конкурентами компании «СпротМеханика» являются: «СпортЛайн», «АстСпорт», «Мегас», «Спортмонтаж». Я выделил эти компании так как они занимаются именно строительством и комплексным оснащением спортивных объектов.

# 13. Факторы косвенного действия

**Экономическая и политическая среда**

Эти факторы, по-моему, мнению имеют наибольшее значение, поскольку основным заказчиком является государство, то экономическая и политическая среда оказывают прямое воздействие на финансирование спорта в стране. Со стороны политики, к примеру, можно взять олимпиаду, право на проведение, которой является политической победой, но если бы на тот момент небыло такого стабильного роста в экономке и большого количества нефтяных денег, то скорее всего наша страна не смогла бы выделить рекордную сумму в 12 млрд. долларов на подготовку и проведение олимпиады. Так же необходимо упомянуть политический престиж страны, который поднимается благодаря проведению соревнований мирового уровня, но для этого нужно возводить современные спортивные комплексы, что несомненно на руку компаниям подобным Спортмеханике.

**Культура**

Она оказывает влияние, но на мой взгляд, в нашей стране привита любовь к спорту, тем более в наше время, когда негде тренировать спортсменов и некуда пристроить детей, появление какого-либо нового спортивного сооружения является весьма перспективным с точки зрения бизнеса и это окажет положительное влияние на население.

**14. Характеристика ВС с точки зрения сложности и динамики**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Группа факторов** | **Степень (1..10)** | | | |
| **Сложности** | **Подвижности** | **Неопределенности** | |
| **Деловая среда** |  |  | |  |
| Потребители | 3 | 3 | | 4 |
| Партнеры |  |  | |  |
| Конкуренты | 4 | 3 | | 4 |
| **Факторы косвенного действия** |  |  | |  |
| Экономическая и политическая среда | 6 | 6 | | 7 |
| Культура | 3 | 3 | | 2 |

**15. Оргструктура**

Компания «Спортмеханика» имеет функциональную структуру. Имеет место четкое разделениие обязанностей, замыкание в одном функциональном блоке. В данной организации присутствует четкое разделение, но из-за экономии денег, на коммерческого директора и директора it, были возложены обязанности остальных топ менеджеров, которые были уволены.

Генеральный директор

Логистика

Отдел продаж

Отдел закупок

Я сделал вывод о том, что функциональная структура, несмотря на смешение функций высшего менеджмента, основная производственная часть продажников и закупщиков строго разделена.

**16. Структура управления**

В данной компании, на момент моей работы, было не лучшее финансовое положение и многое в структуре управления было перемешано и многие функции выполнял всего один человек, который изначально приходил на другую должность, конечно можно было бы описать, как должно быть. Но я опишу, так как было.

Генеральный директор (он же хозяин фирмы)

Коммерческий директор, также ответственный за маркетинг. Также именно через этого человека происходят контакты с гос чиновниками, имеет связи.

Начальник IT-отдела, он же ответственный за логистику.

Мы видим 2 уровня управления, все подчиняются генеральному директору, который являлся хозяином фирмы, он отвечал за ее курс, но на практике главным человеком в фирме являлась коммерческий директор, у нее контроль над всеми финансовыми операциями, связи с чиновниками, контроль над всеми сделками продажников. По сути, она и отвечала за все. Перед ней отчитывались менеджеры по продажам и закупкам о тратах и проектах. Рассмотрев начальника it-отдела у которого в подчинении только он сам, так же он отвечал за логистику, в основном он отвечал за приобретение и доставку на стройку каких либо мелочей необходимых для работ, он нес ответственность перед генеральным директором.