Федеральное агентство связи

Колледж телекоммуникаций

ордена Трудового Красного Знамени федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования

«Московский технический университет связи и информатики»

**РЕФЕРАТ**

# на тему: «Миссия и цели организации»

студента Кахоров А,С,

группы ИСПоз-121П

преподаватель О.А. Сидорова

Оценка\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Москва, 2

# Миссия и цели организации

Организация - это объединение людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения общей цели или целей с помощью материальных, правовых, экономических и иных условий.Организации создаются для реализации целей людей, входящих в нее. Из этого следует, что цель у организации возникает еще до ее появления. Поэтому люди с одинаковыми или схожими целями и группируются в организации. Также люди из внешней среды организации (клиенты, партнеры, поставщики и.т.п.), добиваются собственных целей, используя данную организацию. Так формируется целевое начало в деятельности организации. Целевое начало организации включает в себя два элемента: миссия и цель.

## **Миссия организации**

В широком смысле миссия представляет собой философию организации, объединяет в себе смысл существования организации. Философия организации почти никогда не меняется, ведь она включает в себя принципы и ценности, которые чтятся в ней, определяет то какой организация планирует быть.

В узком смысле миссия это то, что отличает организацию от ей подобных. Грамотно выраженная миссия должна выражать то, что делает ее незаурядной. На практике миссия это не просто красивые слова и афоризмы. Миссия имеет практический смысл, имея следующие функции:

1) Презентация. Знаю миссию организации, ее партнеры и клиенты могут сформировать общее представление о ней, уяснить для себя чем организация занимается, какие средства использует, чего хочет добиться. Из этого формируется имидж организации.

2) Объединение. Зная миссию организации, в которой работает сотрудник, он имеет представление об общей цели ориентируя свои усилия на ее достижении.;

3) Эффективность. Рост эффективности посредством определения мисси достигается за счет того, что:

· миссия становится фундаментом целей, которые, в итоге, не противоречат ей а напротив, являются отправной точкой для формирования стратегии организации.

· миссия четко определяет смысл деятельности сотрудника, открывая возможности для использования более широкого набора приемов мотивирования.

Миссия не определяет что, как и в какие сроки следует делать организации. Она определяет важнейшее направление курса организации.

## **Цели организации**

**Цели** - это желаемое состояние определенных характеристик организации. Их воплощение в жизнь и является основой деятельности организации.

Значимость целей для организации невозможно переоценить. Ведь цели выступают как исходная точка планирования; используемая в организации система построения мотивирования основывается на целях; цели являются эталоном, с которым сравнивается нынешнее состояние.

В практике имеют место быть следующие виды целей:

- стратегические или долгосрочные (цели, которые планируется достигнуть в течении пяти и более лет);

- среднесрочные (от года до пяти);

- тактические или краткосрочные (до одного года)

Краткосрочным и среднесрочным целям присуща гораздо большая, чем тактическим, конкретизация и детализация в отношении того, как кто, что и когда должен сделать.

Цели, в основном, формируются в следующих четырех сферах:

· доходы организации;

· работа с клиентами;

· потребности и благосостояние сотрудников;

· социальная ответственность.

Не трудно заметить, что эти сферы касаются всех участников взаимодействия с организацией.

Краткосрочные цели следуют из долгосрочных, являясь как бы конкретизацией и детализацией долгосрочных целей. Достижение краткосрочных целей продвигает организацию в направлении долгосрочных целей.

В крупных организациях имеет место быть такое определение как иерархия целей. Она выступает в роли декомпозиции целей от более высокого уровня цели в более низкий уровень. При правильном построении иерархии целей каждое подразделение, достигая поставленных перед собой целей вносит вклад в обще дело.

Трудно переоценить важность таких целей для стратегического управления организацией, как цели роста. Данные цели характеризуют такие данные, как соотношение темпа изменения объема продаж и прибыли организации, темпа изменения объема продаж и прибыли на рынке в целом. В зависимости от этого соотношения, организации может иметь:

· быстрый темп роста;

· стабильный темп роста

· сокращение роста.

Самой желаемой для достижения является цель быстрого роста, но также эта цель является самой сложной. Поэтому стремиться к этой цели целесообразно, если организация имеет все необходимые предпосылки для ее достижения.

Цель стабильного роста заключается в сохранении неизменными размера своей прибыли и доли рынка.

К цель сокращения организация стремиться тогда, когда она планирует развиваться более медленными темпами, чем отрасль в целом. Наличие такой цели не означает, что для организации наступил кризис. необходимость постановки такой цели может возникнуть после быстрого роста.

Все описанные выше цели роста являются совершенно различными по своей направленности, но, как не странно это звучит, они могут спокойно, последовательно сочетаться во времени, сменяя друг друга причем в любой последовательности.

Чтобы поставить правильные цели, которые выведут организацию на ведущие положения на рынке, необходимо следовать следующим принципам:

1) Принцип достижимости целей. Конечно цели не должны быть слишком простыми, ведь в них должен быть заключен некий вызов. Но и нереальные цели демoтивируют сотрудников. В некоторых сферах рынка с этим высказыванием можно поспорить. Например в цифровых технологиях. Ни для кого ни секрет, что основатель Apple Inc Стив Джопс за время своей жизни ни раз переворачивал представление человечества о возможностях технологий. Мотивацией для его команды служила безоговорочная вера в своего лидера, который верил в, казалось бы, невоплотимые в жизнь проекты.

2) Принцип гибкости целей. Этот принцип подразумевает, что цели следует формировать таким образом, чтобы было место для маневра, чтобы цели можно было изменить, ведь внешняя и внутренняя среда организации изменчива и очень динамична.

3) Принцип измеримости цели. Здесь иметься в виду, что цели должны быть сформулированы так, чтобы их можно было количественно измерить. Неизмеримые цели порождают разные толкования, усложняют процесс оценки результатов деятельности;

4) Принцип конкретности целей. Это означает, что цели должны однозначно определять, в каком направлении должно осуществляться функционирование организации. Она должна однозначно обуславливать, чего необходимо добиться в результате деятельности, сколько есть на выполнение времени, кто несет ответственность за выполнение. Чем больше конкретики в цели, тем проще создать стратегию по ее достижению.

5) Принцип совместимости целей подразумевает, что по оценке временной составляющей долгосрочные цели вытекают из миссии, а краткосрочные цели вытекают из долгосрочных. Но временная составляющая не является исчерпывающим направлением определения совместимости целей.

6) Принцип приемлемости целей, в первую очередь для тех, кто будет их достигать. Конечно, при составлении целей трудно угодить всем субъектам, участвующим в жизни организации. Владельцы ждут прибыль и выгоду, сотрудникам необходима высокая зарплата и достойные условия труда, клиенты не хотят переплачивать за продукцию, общество требует от организации обеспечить безопасность в экологическом плане.