КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА

ДИСЦИПЛИНА "СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ"

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА № 2

**ВАРИАНТ 13**

Предприятие по производству электронагревательных приборов "А" реализует свою продук­цию на двух региональных рынках. Конкуренцию предприятию "А" составляют: в регионе 1 – пред­приятия Б, В, Г и Д. В регионе 2 — Б, Е и Ж.

Себестоимость производства продукции по предприятиям 2007/2006 (руб.)

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование изделия | А | Б | В | Г | Д | Е | Ж |
| Электроплитка Электрочайник Электросковородка Электрокипятильник Электроплита  | 2200/2150 910/970 1680/1510 38/4715000/- | 2250/2350 930/970-/1710 45/4216500/17100 | 2600/2390 1010/910-/-35/3717800/16900 | 2570/2400 950/910 1880/1700 30/3918500/18700 | 2710/2320 1090/950-/1780 29/3617600/17300 | 2080/2140 840/890-/1750 44/4116400/16000 | 2030/2100 870/980 1790/163046/4116200/15800 |

Средние цены реализации изделий на региональных рынках

2007/2006 гг. (руб.)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование изделий | Регион 1 | Регион 2 | Регион 3 |
| Электроплитка  | 2800/2700  | 2400/2520  | 3050/3000  |
| Электрочайник  | 1300/1210  | 1180/1210  | 1490/1300  |
| Электросковородка  | 2050/1870  | 2100/2070  | 2360/2010  |
| Электрокипятильник  | 47/55  | 57/52  | 68/64  |
| Электроплита  | 19500/19000  | 17500/17000  | 20500/19000  |

Объем продаж на рынке региона 1 в 2007/2006 (млн. руб.)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование изделий  | А  | Б  | В  | Г  | Д  |
| ЭлектроплиткаЭлектрочайник ЭлектросковородкаЭлектрокипятильник Электроплита  | 18/20 7.5/8.7 2.2/4.64.1/4.92.1/-  | 5.0/5.5 4.3/6.9 -/5.3 2.8/3.110.6/7.3  | 4.5/9.1 2.1/5.5-/-2.6/2.17.4/7.2  | 7.3/14.1 4.8/5.2 4.8/6.95.9/2. 1 3.2/3.7 | 1.7/6.5 1.1/7.3 -/5.3 6.1/4.06.8/4.5 |

Имеется также информация о ценах на электронагревательные приборы на двух других региональных рынках, из которых РЕГИОН 2 расположен на расстоянии 1000 км, а РЕГИОН 3 — 5000 км. Транспортные расходы увеличивают себестоимость на 10% на каждые 1000 км. пути.

Объем продаж на рынке региона 2 в 2007/2006 (млн.руб.)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование изделий | А | Б | Е | Ж |
| Электроплитка Электрочайник Электросковородка ЭлектрокипятильникЭлектроплита  | 17/24 9.1/11.6 3.1/5.8 3,1/3.51.3/ - | 3.2/4.61.8/5.7-/-2.0/1.57.3/5.2 | 36.7/29.4 16.7/10.7- /7.55.6/4.17.4/7.2 | 30.2/22.021.7/22.48.1/9.13.2/1.212.9/7.6 |

Объем продаж на рынке региона 3 в 2007/2006 (млн.руб.)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование изделий | Г | Д | Другие предприятия |
| Электроплитка Электрочайник Электросковородка ЭлектрокипятильникЭлектроплита  | 9.3/7.18.3/6.512.7/6.14.8/2.112.9/7.7 | 15.9/6.012.5/5.6-/2.33.7/2.018.7/10.0 | 37.3/21.029.6/21.212.8/5.610.1/7.641.2/27.3 |

Провести стратегический анализ среды предприятия "А". Для анализа использовать следующие методы: БКГ (3\*3), коридорная (3\*3), матрица сравнительной рентабельности (3\*3), матрица Р/Р. Определить стратегию его развития. При необходимости можно вводить дополнительные условные данные, не противоречащие приведенным в задании.