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 38/47  15000/- | 2250/2350 930/970  -/1710 45/42  16500/17100 | 2600/2390 1010/910  -/-  35/37  17800/16900 | 2570/2400 950/910 1880/1700 30/39  18500/18700 | 2710/2320 1090/950  -/1780 29/36  17600/17300 | 2080/2140 840/890  -/1750 44/41  16400/16000 | 2030/2100 870/980 1790/1630  46/41  16200/15800 |

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 |
| Электроплитка  Электрочайник  Электросковородка  Электрокипятильник  Электроплита | 18/20  7.5/8.7 2.2/4.6  4.1/4.9  2.1/- | 5.0/5.5  4.3/6.9  -/5.3  2.8/3.1  10.6/7.3 | 4.5/9.1 2.1/5.5  -/-2.6/2.1  7.4/7.2 | 7.3/14.1  4.8/5.2  4.8/6.9  5.9/2. 1  3.2/3.7 | 1.7/6.5  1.1/7.3  -/5.3  6.1/4.0  6.8/4.5 |

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  Электрокипятильник  Электроплита | 17/24  9.1/11.6 3.1/5.8  3,1/3.5  1.3/ - | 3.2/4.6  1.8/5.7  -/-  2.0/1.5  7.3/5.2 | 36.7/29.4 16.7/10.7  - /7.5  5.6/4.1  7.4/7.2 | 30.2/22.0  21.7/22.4  8.1/9.1  3.2/1.2  12.9/7.6 |

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

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование изделий | Г | Д | Другие предприятия |
| Электроплитка  Электрочайник  Электросковородка  Электрокипятильник  Электроплита | 9.3/7.1  8.3/6.5  12.7/6.1  4.8/2.1  12.9/7.7 | 15.9/6.0  12.5/5.6  -/2.3  3.7/2.0  18.7/10.0 | 37.3/21.0  29.6/21.2  12.8/5.6  10.1/7.6  41.2/27.3 |

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.