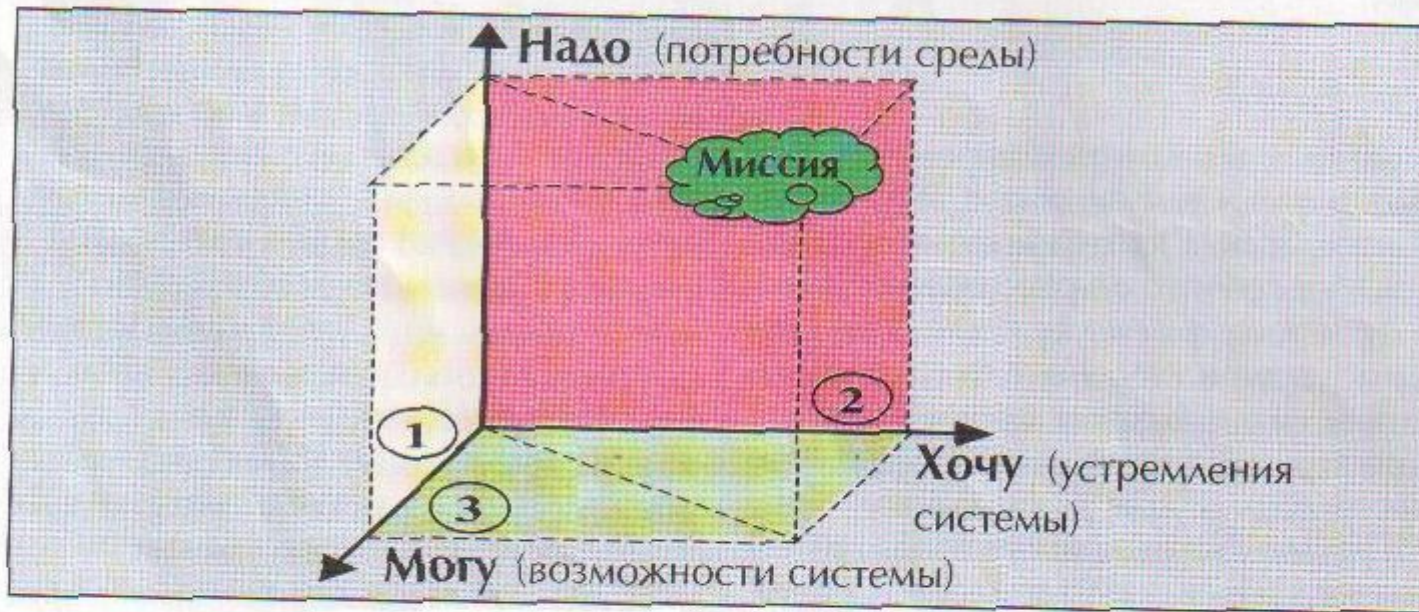


Формирование миссии организации

Работу выполнила:
Студент группы 26.402.50
Степанян Эмма.

Миссия — это деловое понятие, отражающее предназначение бизнеса, его основную цель.

Миссия характеризует только «настоящее» организации: вид, масштабы деятельности, отличия от конкурентов, — оставляя без внимания перспективы развития бизнеса.



Формулировка миссии должна быть лаконичной, динамичной конструкцией, удобной для восприятия (часто это бывает лозунг), и отвечать следующим требованиям:

- ▶ вдохновлять;
- ▶ быть простой, как воспоминание или образ;
- ▶ заслуживать доверие;
- ▶ содержать ориентиры, которые могут служить основой для разработки стратегии.



Основные компоненты миссии:

- ▶ Продукты или услуги, которые производит предприятие, т.е. круг удовлетворяемых потребностей
- ▶ Категории целевых групп потребителей
- ▶ Применяемые управленческие технологии и функции, т.е. способ удовлетворения нужд потребителей
- ▶ Конкурентные преимущества
- ▶ Философия бизнеса

Характеристика основных компонентов миссии организации

Компоненты	Содержание
Продукты или услуги	Каковы продукты или услуги, производимые предприятием? Часто предприятия достигают рыночных преимуществ за счет интеграции получения преимуществ продукта с дополнительными возможностями конкурентоспособности, такими, как обладание большей долей рынка, развитой дистрибьюторской сетью или положительным имиджем
Категории целевых потребителей	Кто является целевыми потребителями предприятия? Деятельность предприятия может быть ориентирована на правительственные агентства, индустриальных потребителей, узкую прослойку населения с высокими доходами или население в целом
Технология	Ориентируется ли предприятие на использование новейших или традиционных технологий?
Конкурентные преимущества	В чем состоят отличительные особенности и стратегические преимущества предприятия по сравнению с конкурентами? Такие преимущества могут заключаться в уникальном продукте, технологии, репутации среди потребителей или территориальном расположении
Философия	Каковы важнейшие ценности, устремления и этические принципы предприятия? Философия предприятия может проявляться, например, в том, ставит ли она на первый план интересы своих служащих или клиентов, и др.

Формулировка миссии организации должна содержать следующие составляющие:

- 1) задачи фирмы с точки зрения ее основных услуг или изделий, основных рынков и технологий;
- 2) внешняя среда по отношению к фирме, определяющая рабочие принципы;
- 3) культура организации, в том числе рабочий климат в организации;
- 4) определение основных запросов потребителей и их эффективное удовлетворение.

Подходы к формированию миссии

- ▶ широкий;
- ▶ узкий.

В широком понимании миссия — это философия и предназначение организации. При таком подходе миссия определяется в общих терминах без жесткой привязки к номенклатуре производимой продукции, группе потребителей и т.п.

При узком подходе миссия рассматривается как утверждение, раскрывающее смысл существования организации в котором проявляется отличие данной организации от ей подобных.

Развернутая формулировка миссии организации включает 3 части:

- главное направление организации, общественные потребности, которые она удовлетворяет;
- указывает на социальную ответственность организации перед обществом;
- указывает на социальную ответственность перед работниками организации.

Примеры

Nike известна истина, истина не ограничивается только кроссовками, она состоит в том вдохновении, которое дарят эти товары и куда они приведут.



Оперативно внедрять инновации и
предоставить профессионалам,
преподавателям и студентам самые
современные, удобные и отвечающие всем
требованиям и потребностям клиентов
компьютеры и гаджеты.



мы помогаем детям, родителям,
друзьям проводить
вместе большее количество
времени.



Disneyland[®]
RESORT

"Украшать жизнь
женщин во всем
мире".



MARY KAY
COSMETICS

Освежить тело и разум, создать
оптимистичный настрой, внести смысл в
жизнь.



Фирма Matsushita Electric видит свою миссию в том, чтобы «способствовать улучшению качества жизни, снабжая общество дешевыми, как вода, электробытовыми приборами».

Panasonic®

Matsushita Electric

Конкретизация миссии

- ▶ сфера деятельности компании — производство электробытовых приборов;
- ▶ глобальная цель — улучшение качества жизни общества;
- ▶ поставленная цель — снабжение общества дешевыми электробытовыми приборами.

Но при этом:

- ▶ устремление фирмы Matsushita Electric сформулировано очень широко и подразумевает наличие самых разных проектов, подводящих к одному глобальному результату;
- ▶ направление развития также сформулировано широко и дает большую свободу в выборе конкретных путей достижения поставленной цели.

Как видим, миссии компаний могут быть представлены одним кратким слоганом составленным из 1-10 слов, или развернуто на одну (или несколько) страниц.

Правильно сформулированная миссия

наряду с общим смыслом
обязательно несет в себе что-
то, что делает ее уникальной в
своем роде, характеризующей
именно ту организацию, в
которой она была выработана

Определение миссии и целей

служит основой для выбора стратегии и общей политики предприятия

Стратегия задает направление реализации миссии и целей, а политика определяет четкие ориентиры для менеджеров всех подразделений

Спасибо за внимание!

