

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kurosovaya-rabota/156879>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Теория управления

АНАЛИЗ МИССИИ И ЦЕЛЕЙ КОМПАНИИ

(на примере «PepsiCo»)

Содержание

Введение.....3

Глава 1. Теоретические основы изучения миссии и целей организации и процедуры их выработки.....6

1.1. Понятие и значение миссии организации.....6

1.2. Процесс создания миссии организации10

1.3. Постановка целей в организации.....15

Глава 2. Анализ миссии и целей компании (на примере «PepsiCo»).....19

2.1. Экономическая характеристика организации «PepsiCo».....19

2.2. Определение миссии и целей организации «PepsiCo».....22

2.3. Обеспечение реализации миссии и целей организации «PepsiCo».....27

Глава 3. Разработка проекта предложений по реализации миссии и целей...

Заключение 33

Список использованной литературы..... 37

Приложения.....40

Бренд PepsiCo является по-настоящему устойчивым и известным во всем мире. PepsiCo может расширять свой продуктовый портфель и выводить на рынок больше продуктов. PepsiCo может войти в новый сегмент, чтобы обслуживать больше рынков. Став по-настоящему устойчивой компанией, PepsiCo может столкнуться с острой конкуренцией со стороны других брендов.

PepsiCo сотрудничает с многочисленными проектами по всему миру, чтобы обеспечить безопасные и чистые материалы для упаковки. Важно обеспечить свежую и чистую воду, поскольку она является основным ингредиентом продукта.

Служа обществу и создавая ценность для акционеров, PepsiCo может укрепить свой бренд и создать положительный имидж бренда, завоевывая доверие акционеров. Таким образом, PepsiCo может увеличить размер своей компании в будущем, если получит поддержку общества. Слабым местом является то, что PepsiCo может потратить слишком много денег на благотворительность, и это повлияет на прибыль акционеров.

Далее, исходя из миссии компании можно сделать вывод, что PepsiCo хочет постоянно улучшать все аспекты мира, в котором они работают, включая окружающую среду, социальные и экономические. PepsiCo может достичь своей цели благодаря размеру компании и ее финансовому состоянию.

PepsiCo - один из ведущих мировых брендов безалкогольных напитков. Из этого случая мы можем узнать, что у PepsiCo есть ресурсы для реализации своего видения, потому что за последние 3 года чистая прибыль PepsiCo составила более 5000 миллионов.

Например, PepsiCo учредила фонд под названием PepsiCo Foundation, чтобы помочь обществу, а также они увеличивают использование переработанных материалов и сокращают количество материалов, используемых в упаковке. PepsiCo может получить поддержку со стороны акционеров в долгосрочной перспективе, потому что PepsiCo может принести выгоду акционерам в долгосрочной перспективе. Таким образом, акционеры могут инвестировать в компанию больше денег, и для PepsiCo хорошо, если она будет по-настоящему устойчивой компанией.

В миссии PepsiCo язык, который они использовали, легко понять. В компании используют простой и понятный язык, который может помочь людям достичь сформулированной цели. Люди могут легко

запомнить формулировку миссии PepsiCo, потому что она не слишком длинная и понятная каждому. Основные ценности и цели PepsiCo отражают позицию компании по социальным и экологическим вопросам. Ценности компании определяются следующим образом: PepsiCo стремится к обеспечению устойчивого роста за счет ответственных действий людей, наделенных полномочиями, и укрепления доверия.

Приведем пример анализа ценностей и целей дальнейшего развития компании PepsiCo:

Устойчивый рост. PepsiCo ожидает от своих сотрудников видения устойчивого роста и развития. Это навык, использующий и другие навыки, такие как новаторство, амбиции и решительность. PepsiCo считает, что одним из важнейших ключей к долгосрочному успеху является наличие долгосрочного плана и сотрудники должны иметь видение и ценность устойчивого роста не только для себя, но и для компании.

Уполномоченные люди. PepsiCo — это организация, которая верит в предоставление свободы и автономии своим сотрудникам, учитывая, что они работают в рамках корпоративного управления. Для того, чтобы выжить в PepsiCo, расширение прав и возможностей сотрудников является критически важным навыком.

Компания ценит людей, которые могут выполнить работу правильно и с минимальным руководством.

Ответственность и доверие. PepsiCo ожидает от своих сотрудников ответственности и надежности.

Компания считает, что эти две основные ценности имеют первостепенное значение для роста компании.

Ожидается, что все сотрудники будут ответственно выполнять все действия с учетом политики компании и общих правил и положений. Это укрепляет доверие к ним в компании.

Ниже приведены ключевые показатели устойчивого развития, которыми гордится PepsiCo:

□ Climate Action - PepsiCo перешла на 100% возобновляемую электроэнергию в прямых операциях в США в 2020 году.

□ Положительное влияние на воду - с 2015 года PepsiCo повысила эффективность использования воды на 9%.

□ Сельское хозяйство нового поколения - по состоянию на 2019 год около 80% прямых ингредиентов (овес, кукуруза, апельсины, картофель) получены из экологически чистых источников.

□ Расширенный выбор во всем портфеле - расширение ассортимента нашей продукции, заботящейся о здоровье, в соответствии с потребностями клиентов.

□ Люди и процветание - женщины составляют 41% глобальных управленческих должностей.

□ Круговое будущее упаковки - PepsiCo будет избегать использования одноразовых пластиковых бутылок 67B с расширением бизнеса SodaStream к 2025 году.

PepsiCo является ведущим мировым брендом продуктов питания и напитков. Видение, миссия, цели компании не в малой степени ответственны за ее успех. В то же время именно сотрудники, которые придерживаются основных ценностей и стратегий компании, являются причиной того, что компания по-прежнему находится в авангарде индустрии продуктов питания и напитков.

2.3. Обеспечение реализации миссии и целей организации «PepsiCo»

Компания PepsiCo остается клиентоориентированной компанией, уделяя этой цели больше внимания, чем когда-либо. Одним из главных направлений работы являются сотрудники компании. Существуют программы, которые помогают сотрудникам принимать участие в жизни общества, а также предлагая будущим сотрудникам школьные программы и стипендии. Однако мало усилий направлено на ответственность компании перед сотрудниками.

Соответствуя своим ценностям, целям и обязательствам, сотрудники не участвуют в общей схеме управления компанией даже могут рассматриваться как средство для достижения цели. Ограниченное внимание к сотрудникам может стать проблемой в долгосрочной перспективе из-за проблем с удержанием и, как следствие, отсутствием качества работы.

В свете различных судебных исков о дискриминации перед PepsiCo стояла задача улучшить компанию изнутри, создав таким образом более позитивный внешний имидж. Миссия компании ясно выражается в стремлении к удовлетворению запросов клиентов через объединение всех сотрудников на равных условиях. Эта миссия должна выполняться более эффективно в будущем, чтобы они могли продвигаться по карьерной лестнице вперед наиболее подходящим образом.

Еще одна проблема, с которой Pepsi сталкивается - постоянное переосмысление своих логотипов и многих продуктов.

Из-за множества продуктовых линеек PepsiCo на рынках существует множество различных типов маркетинговых стратегий. Большая часть маркетинговых усилий направлена на молодежь, которая связана с музыкой, развлечениями, спортом и различными другими рыночными нишами, такими как корпоративное спонсорство.

Продукты продаются с теми же ценностями, что и у компании в отношении качества, инноваций и производительности. Такие напитки, как Mountain Dew и Gatorade, специально предназначены для молодых активных людей и основаны на производительности и ощущении прохлады. Компания не указывает это однозначно, но очевидно при спонсорстве спортивных мероприятий и команд, а также в соответствии с их веб-сайтом и целевым рынком компания ориентируется на молодежь.

Однако PepsiCo не хватает огромного рынка, который мог бы в значительной степени увеличить доходы, а именно поколения бэби-бумеров. Поскольку большая часть маркетинга создается для более молодой аудитории, конкуренты захватывают дополнительные рынки.

Еще одно важное направление, на которое нужно обратить внимание для улучшения — это продолжение переработки тары. Из-за жидкой природы продукта Pepsi необходимо использовать твердый и непористый контейнер для хранения продукта. Это приводит к использованию пластика, алюминия и стекла в качестве материалов для контейнеров, в которых хранится Pepsi. Эти материалы очень хорошо подходят для целей их использования, однако эти материалы нелегко разлагаются.

Если бы Pepsi могла использовать лучшую и более изобретательную упаковку, это не только помогло бы окружающей среде в долгосрочной перспективе, но и дало бы бренду конкурентное преимущество и привлекательность для потребителей, заботящихся об окружающей среде.

PepsiCo следует продолжать расширять свой рост и использовать потенциальные возможности, продолжая улучшать области на высшем корпоративном уровне, на рынках, на которых они в настоящее время находятся, а также в новых сегментах рынка, на этом должно основываться видение развития и маркетинговые стратегии продвижения товаров.

PepsiCo – это крупнейшая корпорация, которая только за последние сто с лишним лет успешно развивалась. Однако с этими рекомендованными улучшениями в обеспечении реализации заявленной миссии и целей компании PepsiCo сможет выйти на новые рынки и завоевать большую долю мирового рынка, наконец, обойдя своего основного конкурента Coca-Cola.

Глава 3. Разработка проекта предложений по реализации миссии и целей

Автор данной курсовой работы использует несколько компонентов для анализа и разработки предложений по улучшению миссии и целей PepsiCo.

Итак, чтобы улучшить миссию и лучше сформулировать миссию, я предлагаю новое описание PepsiCo.

Первый компонент — это клиенты. В текущем тексте миссии нет описания клиентов. Моя рекомендация заключается в следующем: PepsiCo можно включить новое описание в свою текущую миссию, которая должна служить глобальным целям. Есть несколько менее развитых стран, которые живут в

антисанитарных условиях в странах третьего мира. PepsiCo должна служить им, предлагая им чистые и свежие напитки, чтобы люди, находящиеся там, могли вместе наслаждаться пользой от продукции PepsiCo. Что касается компонента продуктов и услуг, хотя в текущей миссии есть описание, но его можно было бы улучшить, продолжая внедрять инновации, чтобы выпускать новые продукты, приносящие пользу обществу. Это

Список использованной литературы и источников:

1. Баранчев В. Стратегический анализ: технология, инструменты, организация / В. Баранчев // Проблемы теории и практики управления. — 1998. — № 5.
2. Михненко П.А. Стратегический менеджмент, 2017.
https://kartaslov.ru/книги/П_А_Михненко_Стратегический_менеджмент/3
3. Примеры миссий компаний и организаций по сферам деятельности. https://reshenie.ru/news/primiery_missii_kompanii_i_orghanizatsii
4. Сайт PepsiCo.О компании. <https://www.pepsico.ru/o-компании/o-компании>
5. Стратегический менеджмент: Учебник / Под ред. А. Н. Петрова. — 3-е изд. — СПб.: Питер, 2012.
6. Annual Report 2017 on SEC Filing Form 10-K (англ.). PepsiCo, Inc.
<https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/77476/000007747618000012/pepsico201710-k.htm>
7. David, Fred R. Strategic management: concepts and cases / Fred R. David. —13th ed. Pearson, 2011.
http://cabmakassar.org/wp-content/uploads/2020/05/Strategic_Management-Concept_and_Cases_1.pdf
8. Constantin BRĂȚIANU, Georgiana Victoria BĂLĂNESCU. Vision, mission, and corporate values. A comparative analysis of the top 50 U.S. companies // Management & Marketing, 2008, Vol. 3, No. 3, pp. 19-38.
<https://core.ac.uk/download/pdf/6711667.pdf>
9. Kirkpatrick, S. How to build a better vision statement. Academic Leadership Journal, 2008 6(4), 20-27.
10. Leadership and the Public Good – An Interview with Philip Kotler// The marketing journal. January 15, 2019.
<https://www.marketingjournal.org/leadership-and-the-public-good-an-interview-with-philip-kotler/>
11. Management Approach. PEPSICO. PepsiCo Inv. 21 Nov 2011.
12. Meredith E. David, Forest R. David, Fred R. David. Mission statement theory and practice: a content analysis and a new direction // International Journal of Business, Marketing, and Decision Sciences Volume 7, Number 1, Summer 2014. <https://www.strategyclub.com/wp-content/uploads/2014/09/David-pdf-file.pdf>
13. Mission & Vision. <https://www.pepsico.com/about/mission-and-vision>
14. PepsiCo Mission and Vision Statement Analysis. <https://mission-statement.com/pepsico/>
15. Pepsico, Inc. Institutional Ownership. NASDAQ.
16. PepsiCo on the Forbes Global 2000 List. <https://www.forbes.com/companies/pepsico/?sh=169cd0d34711>
17. PepsiCo - statistics & facts. <https://www.statista.com/topics/1503/pepsico/>
18. PepsiCo Foundation \$8 Million Grant. <https://water.org/about-us/news-press/pepsico-foundation-8-million-grant/>
19. PepsiCo To Achieve 100% Renewable Electricity In The U.S. <https://www.pepsico.com/news/press-release/pepsico-to-achieve-100-renewable-electricity-in-the-us01152020>
20. PepsiCo Stock Price, Financials & News. Fortune. <https://fortune.com/global500/>
21. Performance management – creating smart goals.
<https://hr.uncc.edu/sites/hr.uncc.edu/files/media/documents/Performance%20Management%20-%20Creating%20Smart%20Goals.pdf>
22. Rion-Gaboury, J. From Words to Action: A Vision Statement Can Do More than Light a Path. Leadership, 2005, 34(5), 14.
23. Thompson Jr., A., Strickland III, A. J. and Gamble J. E. Crafting & Executing Strategy. 15th Edition, New York: McGraw-Hill Irwin 2007.
24. Training & Development. PEPSICO. PepsiCo Inc. 20 Nov 2011.
25. Strategic Management Guide for Managers. The United Nations.
https://hr.un.org/sites/hr.un.org/files/4.5.1.6_Strategic%20Planning%20Guide_0.pdf
26. Williams, L. S. The mission statement A corporate reporting tool with a past, present, and future. Journal of Business Communication, 2008, 45(2), 94-119.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kurovaya-rabota/156879>