



Цели организации

Наша цель - производить товары и услуги наивысшего качества и потребительской ценности, улучшающие жизнь сегодняшнего и БУДУЩЕГО поколений по всему миру. В свою очередь, потребители помогают нам занять ведущие позиции по уровню продаж, обеспечить процветание бизнеса, что способствует повышению благосостояния наших сотрудников и акционеров, а также тех регионов, где мы живем и работаем.



Структура

Дэвид Тейлор

Президент и главный исполнительный директор



Гэри Кумб

Президент подразделения по продажам и рыночным операциям в Европе



Сотириос Маринидис

Вице-президент P&G в Восточной Европе и Центральной Азии



*К сожалению, я не смогла найти информацию о сотрудниках, занимающих нижестоящие должности в данной компании.



Задачи

- Перевести предприятия на использование 100% возобновляемой энергии
- Использовать при производстве продукции и упаковки исключительно пригодные для повторного использования или вторичной переработки материалы
- Выйти на нулевой показатель количества отходов, утилизируемых путем захоронения на полигонах
- Ориентироваться при разработке продукции в равной степени на удовлетворение потребителя и максимально бережное использование ресурсов

*Подробнее на :

<http://www.procterandgamble.ru/ru-RU/sustainability/at-a-glance/our-goals>



Технология

Все потребительские товары изготавливаются на базе **технологии массового производства** (классификация Джоан Вудворд).





Люди

Ежегодно почти полмиллиона человек подают заявки в P&G. Принимаются на работу меньше 1%.

Привлекаются талантливые кандидаты, которые готовы становиться будущим лидерами.

Лучшие определяются благодаря процессу отбора.

Важно, чтобы каждый сотрудник разделял цели, ценности и принципы компании.

Оцениваются способность к логическому мышлению, характер и потенциал развития в P&G.

*Подробнее на :

<http://russia.pgcareers.com/>



Конкуренты

Основные конкуренты Procter & Gamble — глобальные производители бытовой химии и товаров личной гигиены:

- **Colgate-Palmolive** — зубные пасты и щётки (Colgate, Elmex), мыло и гель для душа (Palmolive), дезодоранты (Mennen, Lady Speed Stick), корма для животных (Hill's), бытовая химия (Ajax)
- **Unilever** — шампунь (Clear, Sunsilk), зубные пасты (Signal), дезодоранты (Rexona, Axe), мыло и гель для душа (Dove)
- **L'Oreal** — шампунь (Fructis, Elseve), уход за кожей (L'Oreal Paris), косметика (Maybelline), дезодоранты (Garnier), средства для укладки волос (Studio Line), краски для волос (L'Oreal Paris)
- **Schwarzkopf / Henkel** — средства для укладки волос (Taft, got2b), краски для волос (Palette), шампуни (Schauma, Gliss Kur), дезодоранты, гели для душа, мыло (Fa), уход за кожей (Diademine)
- **Henkel** — стиральные порошки (Persil, Losk, Deni, Пемос), кондиционеры для белья (Ласка, Vernel), средства для мытья посуды (Пемолюкс, Pril), бытовая химия (Bref)
- **Reckitt Benckiser** — отбеливатели и чистка дома (Vanish, Cillit, Harpic), средства от кашля (Strepsils), средства для депиляции (Veet)
- **Kimberly-Clark** — женская гигиена (Kotex), одноразовые подгузники (Huggies), туалетная бумага (Cottonelle)



Поставщики

"PROCTER & GAMBLE KAZAKHSTAN", ТОО (ОФИС)

Телефоны:

☐ 2952000

☐ 2952050



Адрес:

050059, УЛ. ФУРМАНОВА, 240 Г

г. Алматы, Алматинская область, Казахстан



Сайт: www.go2pj.com



Законы и органы государственного регулирования

Технический регламент «Требования к безопасности синтетических моющих средств и товаров бытовой химии»

Утвержден постановлением Правительства РК
от 4 марта 2008 года N 217

Синтетические моющие средства и товары бытовой химии поставляются на рынок и реализовываются только в том случае, если они не представляют опасности для здоровья и безопасности людей при использовании по назначению.

*Подробнее на : <https://www.memst.kz/tr/6.php>



Экономическая среда

Увеличение объёма продаж и рост рынка возможны в случае экономического подъёма, который напрямую зависит от платёжеспособности населения. Однако на данный момент платёжеспособность населения Казахстана упала. Зарплаты у казахстанцев уменьшились, кого-то в связи с кризисом перевели на четырёхчасовой рабочий день, заработная плата пропорционально девальвации тенге не выросла.



Технологическая среда

Возможные инновации в области производства и улучшения продукции должны положительно отразиться на потребителях. Нет предпосылок для возникновения проблем с использованием или потреблением товара на территории РК.





Социокультурная среда

Социально-культурная среда определяет вид и цену товаров, потребляемых в обществе и в отдельных группах покупателей. Элементы этой среды - образование, культура, нравственные нормы и религиозные традиции.

Поскольку продукцией Procter & Gamble являются товары необходимые в быту, спрос на них вне зависимости от социокультурной среды всегда будет велик. Тем не менее цена и количество поставок в различные регионы будут варьироваться. Это тесно связано с экономической средой и уровнем жизни населения.

Так, например, многие товары компании P&G в Санкт-Петербурге будут примерно в 1,5 раза дороже, чем в Алматы.



Политическая среда

Задачами маркетинговой деятельности компании по отношению к политической среде являются изучение преград, которые могут создать политические круги, и подготовка программы привлечения их на свою сторону или нейтрализация.

С целью влияния на общественно-политические силы детально изучается законодательство принимающей страны и разрабатываются стратегии ведения переговоров, лоббирование, партнерство, а также соответствующие рекламные кампании, программы публичных отношений, способы пропаганды.



Локальная среда

С 6 июля 2010 года на территории Беларуси, Казахстана и России вступил в силу Таможенный кодекс, который ознаменовал начало сотрудничества трех государств. Так как импорт продукции Procter & Gamble в Казахстан осуществляется из России, предполагается свободное перемещение товара по территории Республики и благоприятные условия его реализации (естественно, при наличии соответствующих документов).



Международная среда

P&G — американская транснациональная компания, один из лидеров мирового рынка потребительских товаров. Деятельность компании охватывает шесть регионов:

- Азия
- Европа
- Китай
- Индия, Ближний Восток и Африка (регион IMEA)
- Латинская Америка
- Северная Америка



Компания разработала собственную стратегию устойчивого развития -от безотходного производства до возобновляемых источников энергии.

Partners и UNICEF работают над программой вакцинаций женщин и детей по всему миру от столбняка матерей и новорожденных (СМН).