

Стратегия предприятия



Миссия

Миссия – это формулировка долгосрочного видения смысла существования организации, выражение ее предназначения, сути и принципов деятельности.

Цели формулирования миссии:

- обеспечить единое понимание предназначения организации
- обеспечить базис для мобилизации организационных ресурсов
- установить доминирующий тон организационного климата
- привлечь к сотрудничеству тех, кто разделяет и приветствует направление развития организации
- способствовать трансформации целей в конкретные организационные структуры, распределение задач и ответственности внутри организации
- трансформировать общее направление в конкретные цели, измеряемые в терминах затрат, времени и других параметров, которые можно использовать для оценки и контроля организационных процессов



МИССИЯ

Развиваться, чтобы развивать мир.
Созидать, чтобы гордиться
созданным.

Изменить к лучшему повседневную
жизнь многих людей

Доносить вдохновение и инновации до
каждого спортсмена в мире.

Дать нашим клиентам почувствовать
удовольствие от высококачественных
автомобилей

Мы будем поставлять на рынок самую
красивую и популярную в мире
повседневную одежду. Мы оденем весь
мир



TOYOTA



МИССИЯ

Максимально способствовать созданию цивилизованного туристского рынка

Мы работаем для того, чтобы наши клиенты могли быстро и с комфортом преодолевать огромные расстояния, а значит – быть мобильными, чаще встречаться, успешно работать и видеть мир во всем его разнообразии.

Вдохновлять людей на новые открытия

Способствовать оздоровлению наций в странах нашего присутствия, продвигая ценности здорового образа жизни, спорта и активного отдыха, улучшая качество жизни наших клиентов.



Booking.com



Соотношение понятий СЗХ и СХЦ

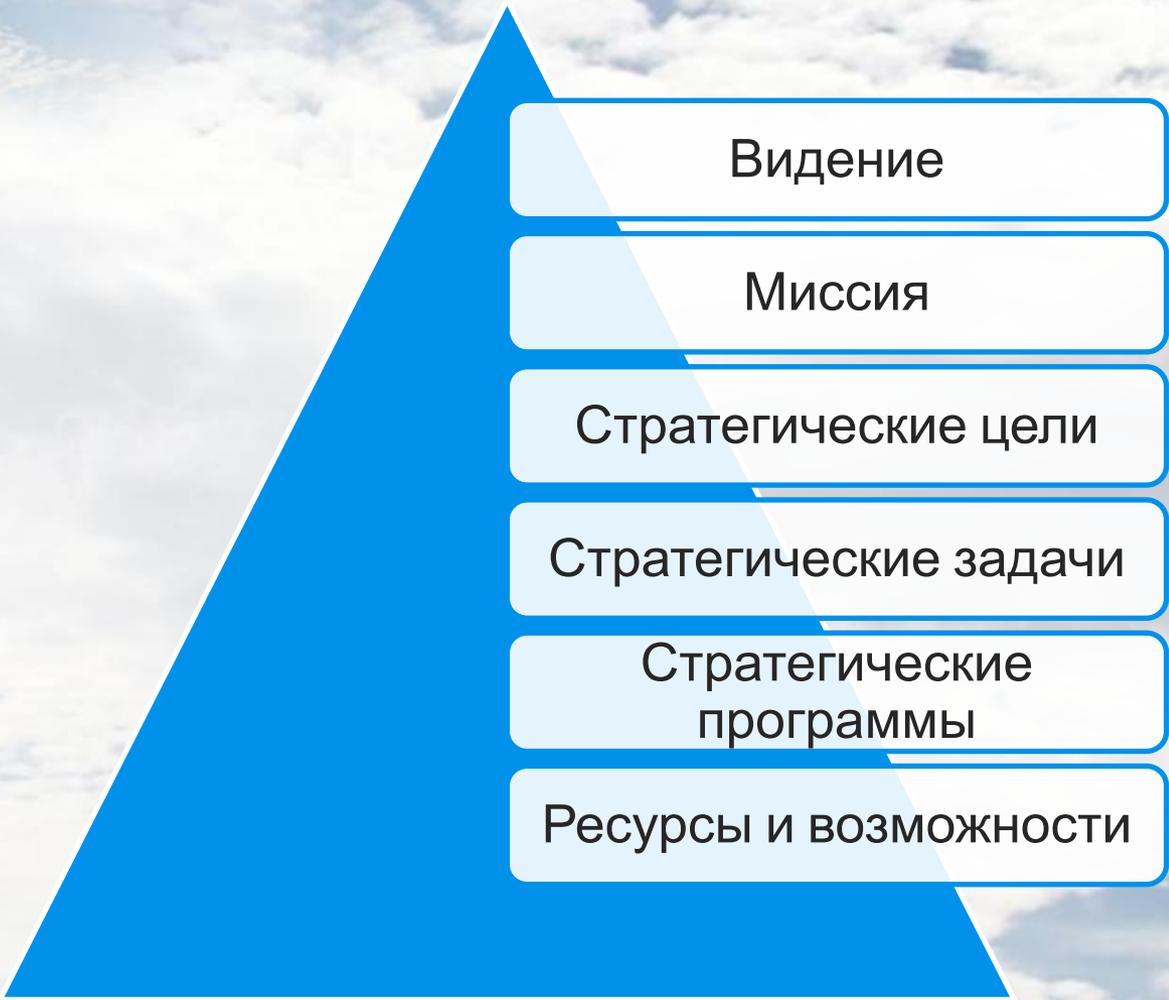


Факторы, влияющие на стратегический выбор компании





Элементы стратегического выбора



Видение

Миссия

Стратегические цели

Стратегические задачи

Стратегические
программы

Ресурсы и возможности

Элементы стратегического выбора

Стратегическое видение

– это маршрут движения компании в будущее

куда компания должна идти

как изменится ситуация в отрасли

как это изменение скажется на положении и компании



Элементы стратегического выбора



МИССИЯ -
деятельность
в настоящее
время

потребность
и
покупателя

группы
покупателе
й

действия
технологии
и знания



Элементы стратегического



Стратегическая

задача – это

проблема, связанная с предстоящим событием вне организации или внутри нее, которое может повлиять на способность достигать поставленных целей

задачи, связанные с открывающимися возможностями или сильными сторонами организации, которые важно использовать

задачи, связанные с внешними угрозами или слабыми сторонами организации



Элементы стратегического выбора

Цель – конечные результаты, которые должны быть достигнуты в будущем

взаимно поддерживающими и совместимыми

конкретный горизонт прогнозирования

конкретные

измеримые

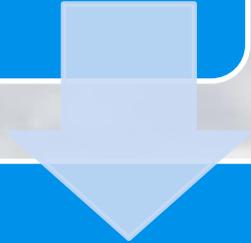
достижимые





Элементы стратегического выбора

программа – это комплекс мер, направленный на реализацию выбранной стратегии или стратегической задачи, сбалансированный по срокам, исполнителям и ресурсам.



ресурсы и способности, необходимые для достижения целей организации, реализации стратегии и для выполнения отдельных программ и проектов