



Миссия и ее роль в организации

Содержание :

1. Понятие миссии.
2. Задачи миссии.
3. Виды миссии.
4. Оформление миссии.



Понятие МИССИИ

- Миссия – это основная общая цель организации – четко выраженная причина ее существования, без определения миссии все решения в организации принимались бы только на основе индивидуальных ценностей руководителей. Миссия определяет статус фирмы и обеспечивает направления и ориентиры для определения целей и стратегий на различных организационных уровнях. Миссия организации - цель, ради которой, или причина, по которой существует организация. Миссия организации должна содержать информацию о продукте или услуге фирмы, о клиентах организации, об основных ценностях организации. Организационная миссия — очень широкое заявление руководства организации, и для выработки миссии необходим тщательный анализ организационного окружения.

Какие задачи решает МИССИЯ

- Во-первых, миссия призвана согласовывать и координировать работу сотрудников компании для достижения поставленной цели. Существующая система взаимодействия при помощи миссии контролирует все действующие процессы. Во-вторых, миссия решает задачи внутреннего и внешнего PR компании. В-третьих, существует опасность того, что в случае отсутствия миссии в компании будет происходить то же самое, что и при отсутствии культуры. Либо ныне работающие сотрудники сами создают свое видение предназначения компании на основе его транслирования высшим руководством, либо новые, пришедшие сотрудники приносят это с собой.

Виды МИССИИ

- Миссия-предназначение — узкое, но конкретное понимание и обозначение вида деятельности, характера продукции, услуг и круга их потребителей; причины возникновения и смысла существования предприятия.
- Миссия-ориентация — широкое, развернутое изложение системы ценностей, которых придерживается руководство и персонал фирмы, дающее хотя бы в общих чертах представление о поведении фирмы, ее отношениях с потребителями и партнерами.
- Миссия-политика — концентрация главных целей и более четкое представление о развитии фирмы в ближайший период и в перспективе, т. е. видение будущего состояния фирмы.
- Миссия-описание продуктов — может быть построена на основе как продуктового, так и рыночного определения бизнеса компании.
- После установления миссии и цели предприятие может приступать к дальнейшей деятельности.

Как должна быть оформлена МИССИЯ

коллективов», «гибких скидок» и «динамичных компаний» не имеет права на достойное существование. Только конкретные и уникальные тексты.

- **Простота восприятия.** Наверное, слова вроде «эсхатологический» и ему подобные имеют полное право на существование. Не знаем. И все же в миссии компании их использовать мы не рекомендуем. Текст должен быть таким, чтобы его понял даже школьник. То же самое касается и предложений: не нужно конструировать сложные формы из 30-50 слов.
- **Реалистичность картинки.** Читая текст, человек должен верить тому, что в нем говорится. Или хотя бы допускать возможность осуществления того, что написано. Совсем фантастические версии вызывают только смех и недоумение.
- **Запоминаемость.** Миссия для компании должна быть написана настолько кратко и четко, чтобы читатель не забыл ее через 3 секунды.
- **Мотивация.** Миссия должна не только рассказывать о том, какие вы прекрасные, но еще и призвана мотивировать персонал. Идеально, если она известна каждому сотруднику организации. Это нормально и даже хорошо. Когда у человека есть понимание цели, ему всегда проще.

Выполнил
работу
Студент
группы : 2с-1
Муравин. М. Д.

■ Спасибо за внимание