

Перелік посилань:

1. Балановська Т. О. *Розвиток національного бізнесу та транснаціональних компаній* / Т. О. Балановська // *Економічний простір*. – № 14. – 2008. – С. 54-60.
2. *Міжнародний менеджмент : навч. посіб.* / [за ред. О.Б. Чернеги]. – [2-е вид., оновл. і доп.]. – Львів : «Магнолія 2006», 2009. – 592 с.
3. Завадський Й. С. *Еволюція теорії і практики менеджменту* // *Науковий вісник національного аграрного університету*. – К. – 2001. – Вип. 43. – С. 59-61.

ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ КОМПАНІЇ PEPSICO

О.М. Михалюньо, здобувач вищої освіти

*Науковий керівник: А.В. Ключник, д.е.н., професор
Миколаївський національний аграрний університет*

В зв'язку із зростанням динамізму економічних і соціальних процесів, які відзначаються в суспільстві швидкою зміною кон'юнктури на внутрішньому і зовнішньому ринках, необхідністю забезпечення стабільного розвитку суспільства в довгостроковій перспективі, все більш зростає роль стратегічного планування.

Стратегічне планування – це систематизовані зусилля всього підприємства, спрямовані на розробку та організацію виконання стратегічних планів, проектів і програм [2, с. 60].

Нами досліджено особливості стратегічного планування компанії PepsiCo.

Компанія PepsiCo є одним із лідерів на ринку продуктів харчування та напоїв. Нині компанія функціонує на основі плану сталого розвитку до 2025 року.

Плани компанії ґрунтовані на результатах сучасних наукових досліджень і діалозі з ключовими партнерами з урахуванням Повістки ООН по стійкому розвитку до 2030 року.

Відповідно до плану сталого розвитку, метою компанії до 2025 р. є підвищення ефективності використання водних ресурсів на 15 % в області прямих сільськогосподарських поставок і в регіонах, що зазнають проблеми з водопостачанням, порівнянно із загальним об'ємом води, використовуваним у виробничій діяльності PepsiCo, популяризації принципів здорового харчування.

А також, спільно з Фондом PepsiCo інвестувати 100 мільйонів доларів США на підтримку ініціатив по захисту прав 12,5 мільйонів жінок по всьому світу.

Компанія PepsiCo спрямувала свій розвиток у трьох напрямках відповідно до її мети: економічний; екологічний; соціальний.

Взявши до уваги останні рекомендації по правильному харчуванню, розроблені Всесвітньою організацією охорони здоров'я та іншими інститутами, з метою задоволення попиту споживачів, що міняється, компанія планує продовжити роботу по вдосконаленню технології виробництва продуктів харчування і напоїв за рахунок скорочення доданого цукру, насичених жирів і солі у складі продуктів.

Заплановані дії компанії, щодо захисту планети: ефективно використовувати водні ресурси; знизити викиди вуглекислого газу і скоротити відходи, пов'язані з сільським господарством і упаковкою; впровадження нових підходів стосовно поставок сільськогосподарської сировини, що призведе до зменшення кількості відходів після її переробки.

Компанія PepsiCo концентрує свою увагу на дотриманні прав людини по усіх напрямках поставок. Компанія і надалі планує дотримуватися принципів різноманіття серед своїх співробітників по всьому світу, підтримуватиме кар'єрне зростання жінок, а також стимулюватиме соціально-економічний розвиток місцевих співтовариств по всьому світу.

Підбиваючи підсумки, можна визначити стратегічне планування спрямоване на управління змінами, з майбутнього в сьогодення, також показує яким чином можна досягнути поставлених цілей. Результатом стратегічного планування є стратегічний план, який визначає головні завдання, кроки і ресурси, необхідні для досягнення стратегічних цілей з визначенням виконавців і термінів.

Перелік посилань:

1. *PepsiCo Україна [Електронний ресурс] : веб-сайт. Режим доступу : www.pepsico.com/purpose.*
2. Саєнко М. Г. *Стратегія підприємства : підручник* / М. Г. Саєнко – Тернопіль : Економічна думка, 2006. – 390 с.