

УДК 338.26. "313"

Рарок Б. – ст.гр. БФм-51

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

РОЛЬ МІСІЇ В СТРАТЕГІЧНОМУ УПРАВЛІННІ

Науковий керівник: к.е.н. Гевко О.Б.

Місія — це мета, задля якої існує організація. Вона тісно пов'язана з такими категоріями, як «бачення» розвитку фірми, «філософія існування фірми» тощо, і майже завжди є особистим поглядом керівників найвищого рівня на перспективу розвитку підприємства.

Управлінська цінність формулювання місії полягає у визначенні довгострокової орієнтації підприємства та основних рішень стосовно узгоджених дій з реалізації «бачення» його розвитку. Місія складається з довгострокового «бачення» того, що організація прагне робити, та того, якою вона намагається стати. Перш ніж розпочинати процес прийняття рішення щодо подальшого розвитку підприємства, кожен керівник має чітко відповісти на такі запитання: «До якої сфери належить наша нинішня діяльність? Чим ми збираємося займатися в майбутньому?» Відповіді на ці запитання допоможуть оцінити масштаби та глибину перетворень в організації, характер управління цими змінами.

Місія, як правило, являє собою короткий вислів, що добре запам'ятовується. Фахівці рекомендують використовувати при її формулюванні прості речення, зрозумілі працівникам і людям, що існують за межами підприємства. При цьому місія не повинна нести в собі конкретні вказівки відносно того, що, як і в які строки слід робити організації. Вона задає основні напрями руху організації, реакцію на процеси і явища, які відбуваються всередині та ззовні підприємства.

Місія може бути обґрунтована та визначена лише за умови чіткого уявлення керівництва підприємства про:

- продукцію чи послугу, яка може знайти збут на конкретному сегменті ринку;
- організаційно-технологічні можливості виготовлення конкурентоспроможного продукту;
- напрями суспільної відповідальності фірми.

Ці аспекти, поряд з ідеєю самовизначення та формування неповторного позитивного іміджу, є основою філософії існування підприємства в сучасних умовах. Місія, сформульована на таких засадах, відіграє роль сили, що об'єднує зусилля працівників, дає змогу сполучити цілі та інтереси різних груп людей (наприклад, акціонерів, менеджерів, працівників усіх ланок, профспілок), визначити загальний діапазон обов'язків виконавців, що беруть участь у діяльності підприємства.

Місії є у всіх – від громадських організацій і глобальних корпорацій до їх невеликих підрозділів і навіть дрібних сімейних фірм. Тексти місій вивішують на плакатах, що зустрічають кожного відвідувача, що входить в офіс, розміщують на веб-сайтах, друкують в прес-релізах. Приміром, Г.Форд місію своєї кампанії сформулював так: „Ми постачаємо людям дешевий транспорт». Місія фірми „Соні» подається наступним чином: „Здійснюючи прогрес, служити всьому світу».

Місія має суттєве значення, оскільки вона є базою для розробки і узгодження цілей, формування системи планів на підприємстві, об'єднання дій персоналу в обраному напрямку та налагодження відносин із зовнішніми учасниками ринку. Її роль неможливо переоцінити. Якщо ж керівники не знають основної мети організації, то в них не буде логічної крапки відліку для вибору найкращої альтернативи.