

МІСІЯ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЇЇ ОСНОВНІ ЕЛЕМЕНТИ

Михайлова Н.С. 31 Мн

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

Для того щоб визначити місію і цілі підприємства необхідно керуватися певними функціями менеджменту та управління. Поняття «місія підприємства» трактується у широкому та вузькому значенні. Широке значення - місія відображає й визначає призначення організації, її концепцію; підкреслює пріоритети, цінності і принципи, саме за цим підприємство здійснює свою діяльність. Як правило, філософія організації змінюється дуже рідко. Вузьке значення - місія асоціюється з призначенням новоствореного підприємства, яке швидко реагує на зміни як внутрішнього так і зовнішнього характеру, викриває суть її існування та суттєві відмінності від конкурентів.

Метою написання тез є обґрунтування поняття «місії підприємства».

Вірно сформульована місія, маючи чітко сформульований філософський зміст, збагачує підприємство неповторною унікальністю. Етап визначення місії підприємства дуже важливий і керівник повинен віднестися з особливою увагою, у разі поразки це призведе до помилок при вирішенні проблеми вибору, що постає постійно в процесі виробничої діяльності підприємства. Місія визначає статус організації, викриваючи напрями та орієнтири в ході реалізації стратегічних планів на різних рівнях його розвитку. При формулюванні поняття «місія підприємства» враховуються такі його характеристики:

- цільові орієнтири, на них спрямована діяльність організації у перспективі його розвитку;
- сфера діяльності, вона визначає вид послуг, пропонує підприємством споживачам, та ринок на якому будуть реалізовувати зазначені послуги;
- філософська концепція підприємства, вона визначає цінності, пріоритети та принципи, відповідно за ними організація надає свої послуги;
- шляхи й способи діяльності підприємства, вони передбачають використання конкурентних переваг та суттєві відмінності з фірмами конкурентами при затвердженні місця на споживчому ринку (використання ноу-хау виробничих технологій тощо).

Досвідчені керівники при формулюванні місії роблять акцент на 3-х основних елементах:

- визначення основної послуги, яку надає його фірма;
- визначення головного споживчого ринку для реалізації послуг;
- створення технологічної схеми виробництва зазначених послуг.

Місія відкриває стратегічні напрями розвитку, позиції підприємства в економічній сфері. Тому вона повинна бути чітко сформульованою, легко зрозумілою й бути однозначною щодо тлумачення.

Література:

1. Василенко В.А., Ткаченко Т.Г. Стратегічне управління: Навч. сел. - К., 2013.
2. Іванова І.В. Менеджмент підприємства. Практикум: Навч. посібник. - К. : КНТЕУ, 2003.
3. Сухарській В.С. Менеджмент. - Тернопіль: Астон, 2011.- 340 с.

Науковий керівник: к.е.н., доц. Бочарова Н.О.