

СКРИПКА А.В., ст. гр. ЕПР-12с
Наук. кер.: Скрипка В.М., ст. викл.
Красноармійський індустріальний інститут ДонНТУ,
м. Красноармійськ

ФОРМУВАННЯ ТА ВИЗНАЧЕННЯ МІСІЇ ВУГІЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА РЕГІОНУ

Розглянуто необхідність, умови формування місії вугільного підприємства і визначена місія Публічного Акціонерного Товариства шахтоуправління «Покровське».

Актуальність. Стратегії, єдиної для всіх підприємств, не існує, так як і не існує єдиного універсального стратегічного управління. Кожне підприємство унікальне у своїй галузі, тому і процес розробки стратегії та визначення місії для кожного підприємства унікальний, оскільки залежить від позиції підприємства на ринку, динаміки його розвитку, його потенціалу, поведінки конкурентів, характеристик продукції, що виробляється, стану економіки, культурного середовища і ще багатьох інших факторів.

Мета дослідження. Формування та визначення місії вугільного підприємства, як бази для розробки і узгодження цілей; для розробки всієї системи планів на підприємстві; для об'єднання дій персоналу в обраному напрямку; для відносин із зовнішніми учасниками ринку збуту продукції.

Основна частина. 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?» Відповідь на ці запитання допоможе оцінити масштаби та глибину перетворень в організації, характер управління цими змінами. Найчастіше відповідь на зазначені запитання в концентрованому вигляді визначається у місії підприємства.

Необхідність формування місії пояснюється тим, що в ринковому середовищі підприємство має постійно заявляти про себе, формувати, насамперед у клієнтів, заінтересованість, певний імідж. З другого боку, воно повинно об'єднати дії персоналу в обраному напрямку, консолідувати трудовий колектив. І в першому, і в другому випадках напрошується висновок про необхідність оголошення конкретних цілей підприємства.

Йдеться про виробничо-комерційну таємницю фірми. Тому і формують місію підприємства, яка в загальному випадку відображає цілі, не розкриваючи згадану таємницю.

Саме тому, виходячи з необхідності місії, головними принципами її формування на підприємстві є:

- стислість і декларативність формулювання;

- переважно зовнішня спрямованість, в першу чергу, на потенційного споживача.

Місія може бути обґрунтована та визначена лише за умови чіткого уявлення про продукцію, яка може знайти збут на конкретному сегменті ринку, про організаційно-технологічні можливості виготовлення конкурентоспроможного продукту, про існування суспільної відповідальності фірми, що поряд з ідеєю самовизначення та формування неповторного позитивного іміджу є основою філософії існування підприємства в сучасних умовах.

Фактори, що впливають на формулювання місії і є її джерелами, а саме стан середовища підприємства, ресурси підприємства, історія підприємства, за час коли сформувалась його філософія, стиль діяльності власників і менеджерів, специфічні особливості підприємства.

Крім запропонованих, до факторів місії можна також віднести інтереси власників, колективу, менеджерів, споживачів, конкурентів, влади, громадськості.

Ключовими факторами успіху вугільного підприємства ПАТ «ШУ «Покровське» в порівнянні з іншими вугледобувними підприємствами є чітка організація виробництва, науково обґрунтована технологія ведення гірських робіт, постійне застосування нової техніки. Керівництво підприємства надає велику увагу модернізації виробництва, спрямованої на підвищення обсягів видобутку вугілля, зниження собівартості і поліпшення якості продукції.

Найвний багаторічний досвід по збуту виробленої продукції, ефективна взаємодія з крупними споживачами вугілля забезпечує стабільне фінансове становище компанії. Підприємство є одним з небагатьох у вугільній галузі, що не мають заборгованостей перед бюджетом і по виплаті заробітної плати.

Стабільні виробничо-економічні показники діяльності шахти впродовж багатьох років по праву висувають її в одну з самих передових у вугільній промисловості України.

Місія вугільного підприємства, повинна являти собою короткий вислів, що добре запам'ятовується. Рекомендується, для формування місії використовувати прості речення, зрозумілі працівникам і людям, що існують за межами підприємства. Головне – це сформулювати, яку потребу задовольняє підприємство, хто «цільовий споживач», чим наші товари кращі порівняно з товарами інших фірм. Можна сказати, що місія – це своєрідна текстова реклама, хоча її роль та значення для підприємства виходять далеко за межі рекламного оголошення.

Виходячи з вищенаведеного місія ПАТ ШУ «Покровське» може звучати наступним чином: «Через добробут підприємства до добробуту України шляхом високої продуктивності виробництва і праці».

Висновки. Таким чином, формулювання місії ПАТ ШУ

«Покровське» відображає ідею єдності, яка передбачає, що добробут всієї країни залежить від успіхів діючих підприємств і організацій, успіх яких в свою чергу залежить від їх співробітників. Крім того, у місії є натяк на шляхи досягнення успіху – висока продуктивність виробництва і праці, що включає в себе використання передових технологій, інновацій, відповідність стандартам якості, високу кваліфікацію працівників та організації їх праці.

Бібліографічний список

1. Василенко В.О., Ткаченко Т.І. Стратегічне управління підприємством: Навч. посібник. – Вид. 2-ге, виправл. і доп. / За ред. Василенка В.О. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 400 с.
2. Немцов В.Д., Довгань Л.Є. Стратегічний менеджмент: навч. посібник для вищ. навч. закладів. — К., 2001. — 202 – 245 с.