

УДК 338.262

Турило А.А., к.е.н., доцент кафедри
бухгалтерського обліку і аудиту
ДВНЗ «Криворізький національний університет»

МІСІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ІННОВАЦІЙ

В статті розглянуті питання удосконалення теоретико-методичних аспектів визначення сутності місії підприємства з урахуванням домінуючої ролі інноваційного шляху розвитку підприємства. Визначено основні складові, що впливають на формування місії підприємства та закономірно-об'єктивні чинники щодо вибору інноваційного типу розвитку підприємства в сучасних умовах господарювання. Акцентовано увагу на основних елементах підприємства, в яких конкретизується процес інноваційного розвитку і його рівень. Відображено взаємозв'язок системи менеджменту і інноваційного типу розвитку підприємства.

Ключові слова: місія, розвиток підприємства, інноваційний тип розвитку.

Turylo A.

THE MISSION OF ENTERPRISE DEVELOPMENT THROUGH THE INNOVATION

The article deals with the issue of improvement of the theoretical and methodological aspects of the definition of the essence of the mission of the enterprise, taking into account the dominant role of innovative development company. The main components that influence the formation of the company mission and naturally-objective factors on the choice of the type of innovative enterprise in the modern business environment. Attention is focused on the main elements of the enterprise in which the specified process innovation development and its level. Displaying relationship management system and innovative type of business.

Keywords: mission, enterprise development, innovative type of development.

Турило А.

МИССИЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ИННОВАЦИЙ

В статье рассмотрен вопрос усовершенствования теоретико-методических аспектов определения сущности миссии предприятия с учётом доминирующей роли инновационного пути развития предприятия. Определены составляющие, влияющие на формирование миссии предприятия и закономірно-об'єктивні фактори вибору інноваційного типу розвитку підприємства в сучасних умовах господарювання. Акцентовано увагу на основних елементах підприємства, в яких конкретизується процес інноваційного розвитку і його рівень. Отражена взаимосвязь системы менеджмента и инновационного типа развития предприятия.

Ключевые слова: миссия, развитие предприятия, инновационный путь развития

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. В ринковій економіці парадигма розвитку підприємства неможлива без формування його місії. Місія підприємства виникла як об'єктивне явище і викликана рядом обставин, до яких, в першу чергу, потрібно відносити: наявність конкурентної боротьби, соціальні стандарти суспільного розвитку, зміни у виробничих відносинах, соціально-економічну і суспільно-світоглядну позицію власників виробництва, стратегічне бачення перспектив розвитку підприємства тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, де започатковано розв'язання даної проблеми. Місія підприємства як категорія ринкової економіки в економічній літературі розглядається достатньо часто [1-14 та ін.] Зміст її в більшості випадків визначається в певній мірі в одному напрямку.

Місія підприємства в загальному вигляді в науці і практиці, відображається і реалізується в меті призначення і існування підприємства, фокусує філософію його діяльності.

Місія підприємства в значній мірі пов'язана з іміджем і репутацією підприємства, і в значній мірі формує їх і впливає на них в процесі функціонування підприємства. [1-14 тощо].

Цілі статті. В роботі будуть удосконалені підходи до визначення категорії «місія підприємства» з урахуванням домінуючої ролі інноваційного шляху розвитку та визначені основні складові, що впливають на формування місії підприємства в сучасних умовах господарювання.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Чим глибше і ефективніше місія відображає інтереси всіх зацікавлених осіб в розвитку підприємства, тим вищими будуть його кінцеві результати і рівень його конкурентоспроможності. При цьому маються на увазі як всі працівники самого підприємства, так і всі зовнішні суб'єкти економічних відносин, що мають певні стосунки з даним підприємством.

Місія підприємства в практичній площині поєднує в собі різні складові, які представлені на рис.1.



Рис.1. Основні складові, що впливають на формування місії підприємства.

Місія підприємства не просто поєднує інтереси всіх зацікавлених осіб, але і створює умови до появи синергетичного ефекту в діяльності підприємства, надає вражаючі можливості до ефективного процесу адаптації підприємства.

Визначення місії дозволяє більш обґрунтовано підійти до формування головних цілей підприємства, а від них – до розробки стратегії розвитку підприємства.

В цьому аспекті, на наш погляд, місія підприємства повинна ґрунтуватись на пізнанні і врахуванні дії основних економічних законів розвитку суспільного виробництва, ринкової економіки.

Дослідження дії сукупності об'єктивних економічних законів, впливу основних складових, представлених на рис.1 та об'єктивної та значимості інновацій в діяльності підприємства дозволяє нам стверджувати, що на сучасному етапі розвитку суспільства місія підприємства, його стратегія і основні цілі діяльності повинні базуватись на інноваційному типі розвитку підприємства (рис.2).

В даному контексті інноваційний тип розвитку підприємства виступає, як категорія, що відображає зміст розвитку підприємства, а саме націленість його на якісне функціонування, на якісні зміни в його розвитку.

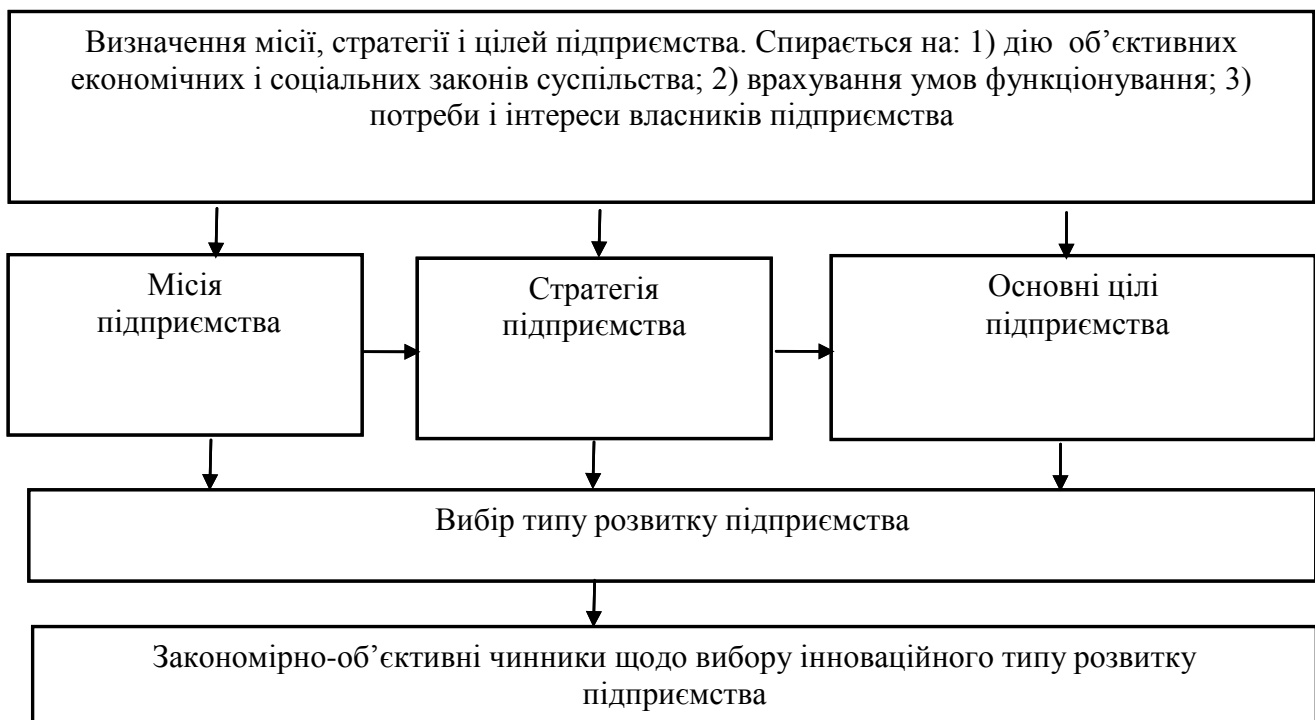


Рис.2. Закономірно-об'єктивні чинники щодо вибору інноваційного типу розвитку підприємства в сучасних умовах господарювання.

Основні елементи підприємства, в яких конкретизується процес інноватизації, представлено на рис.3.

В той же час, зрозуміло, що для кожного конкретного підприємства, яке характеризується своєю індивідуальністю, неповторністю, унікальністю, що відображається в сфері його діяльності, ринковому позиціонуванні, філософії тощо інноваційний тип розвитку буде мати свої індивідуальні особливості: від складу і структури всіх елементів підприємства до взаємозв'язків між ними в процесі функціонування і впливу підприємства на ринкове середовище.



Рис 3. Основні елементи підприємства, в яких конкретизується процес інноватизації і його рівень.

В цьому є філософсько-суспільна родзинка інноваційного типу розвитку підприємства, коли інноваційний шлях розвитку підприємства, з одного боку, є об'єктивно-закономірним процесом, а з іншого боку він має для кожного підприємства свій зміст, свої особливості і форми прояву.

Інноваційний тип розвитку підприємства визначений і закріплений місією і стратегією підприємства, впливає на зміст і основні елементи системи менеджменту підприємства, між ними є прямий і зворотній зв'язок (рис.4).

Під впливом інновацій, інноваційного розвитку підприємства в більшому або меншому ступені змінюється і система менеджменту підприємства. Це стосується ролі і ваги методів управління, організаційних чинників в організації виробництва і праці, аспектів мотивації і стимулювання різних працівників підприємства, засобів взаємозв'язку і впливу на зовнішнє середовище в особі всіх його суб'єктів господарювання.

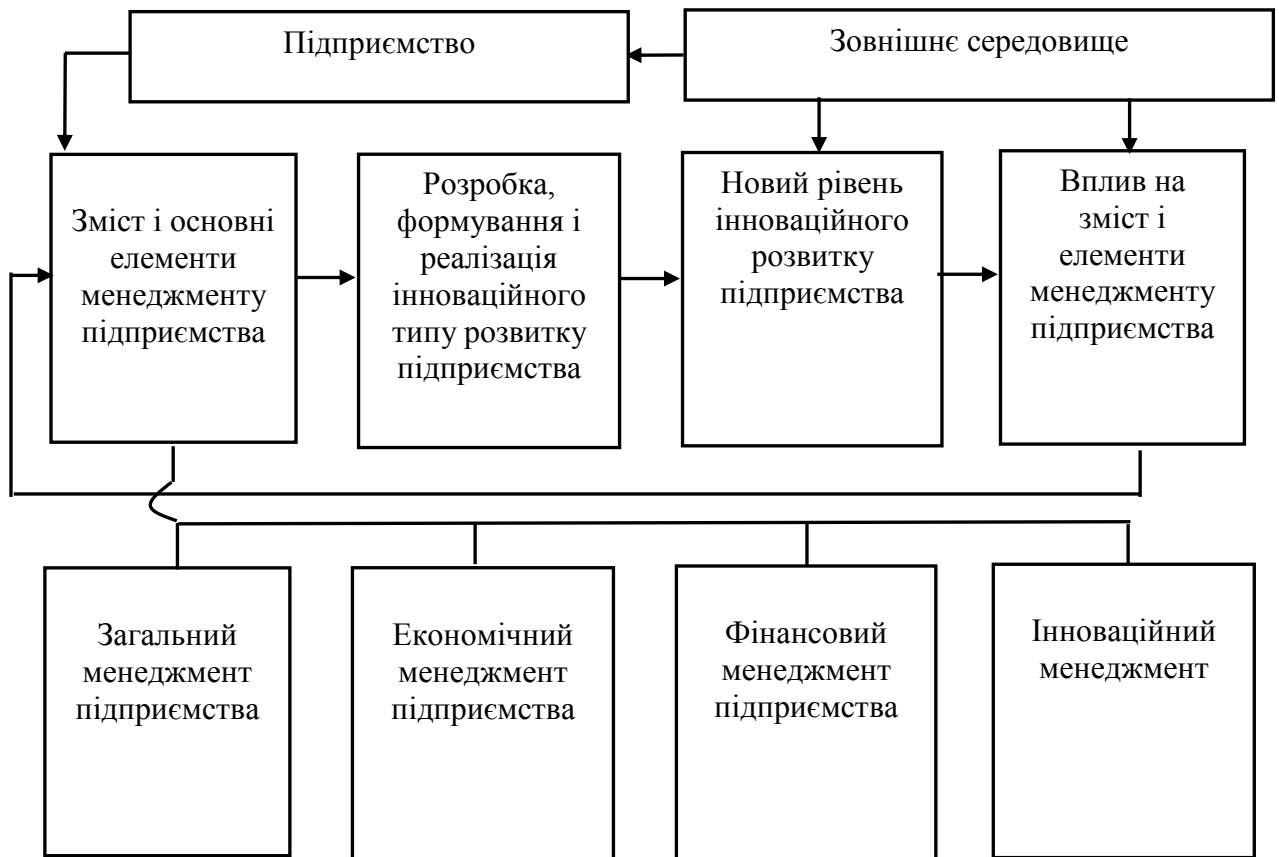


Рис.4 Взаємозв'язок системи менеджменту і інноваційного типу розвитку підприємства

Місія підприємства отримує своє відображення в його цілях. Головною відмінністю цілей підприємства від місії є їх конкретність, кількісна і якісна визначеність. Кількісна і якісна визначеність на кінець обраного для оцінки періоду є основною характерною ознакою категорії «ціль діяльності підприємства». Чим більш обґрунтовано визначені цілі підприємства, тим ефективніше реалізується в реальній дійсності місія підприємства і все, що з нею пов'язане для колективу даного підприємства.

Місія підприємства реалізується як правило в системі цілей, які, в свою чергу, гармонійно взаємопов'язані і підпорядковані між собою. Система цілей - це каркас, який утримує місію підприємства в процесі її руху в часі.

В процесі зміни зовнішніх та внутрішніх обставин діяльності підприємства може виникнути ситуація, коли менеджмент підприємства здійснить певне коригування його місії, а отже і системи цілей.

Тобто мова йде про те, що ні місія, ні цілі підприємства не є догмами в його діяльності і змінюються в залежності від впливу сукупності самих різних чинників. Для цього на підприємстві повинна бути сформована спеціальна служба, яка б відслідковувала всі ці моменти і управляла цим процесом по формуванню і коригуванню місії і системи основних цілей діяльності підприємства.

Із місії підприємства в першу чергу виникають основні стратегічні цілі, реалізація яких здійснюється в довгостроковому періоді.

І в цьому сенсі стратегія інноваційного розвитку є базовою для будь-якого підприємства в ринковій моделі господарювання. А загальна стратегія інноваційного розвитку підприємства включає в себе такі її складові за напрямками: технічний,

організаційний, економічний, фінансовий, виробничий, маркетинговий, логістичний, соціальний, екологічний тощо.

В основі інноваційного типу розвитку підприємства знаходиться якість. Якість - в самому широкому її розумінні. Важливими складовими такої якості є організаційно-технічний рівень виробництва і якість праці персоналу підприємства.

Підвищення організаційно-технічного рівня виробництва у єдності з високою якістю праці є запорукою задоволення вимог ринку до продукції, яку випускає підприємство.

Забезпечення підвищення організаційно - технічного рівня виробництва і якості праці є дуже складною науково-практичною задачею для будь - якого підприємства і її вирішення потребує повної віддачі від всіх, хто має до неї відношення.

В цьому сенсі витікає важливий висновок стосовно конкретизації філософсько-практичних аспектів впровадження і реалізації місії в життєдіяльності підприємства.

В даному випадку формування місії, її ґрунтовність і потенціал реалізації суттєво пов'язані і в значній мірі визначаються організаційно-технічним рівнем виробництва і інтелектуальним капіталом підприємства.

В цьому сенсі організаційно-технічний рівень виробництва виступає матеріальною основою формування і реалізації місії підприємства, а інтелектуальний капітал підприємства – інтелектуальною її основою (нематеріальною основою): організаційно-технічний рівень виробництва означає технократичну, а інтелектуальний капітал – філософську, соціально- духовну ознаки місії підприємства (рис.5).

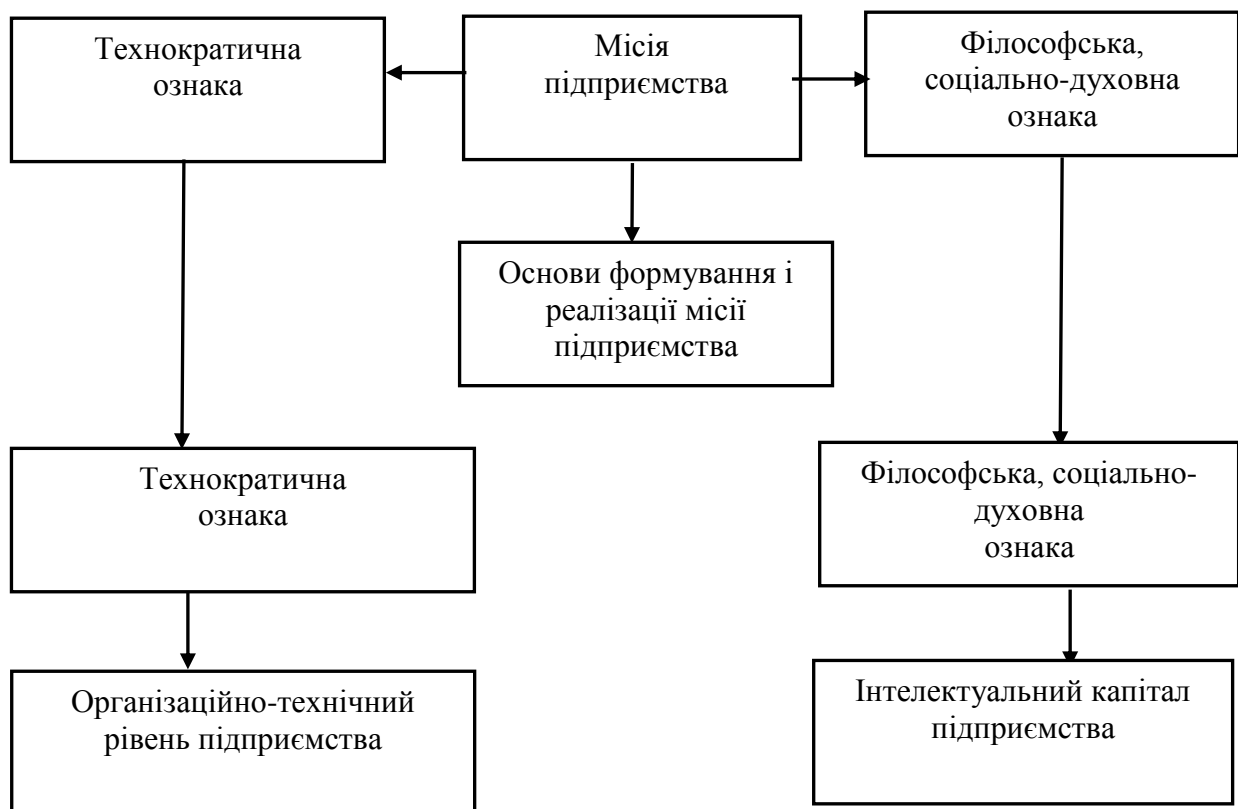


Рис.5 Дослідження формування і реалізації місії підприємства в аспекті визначення її матеріальної і нематеріальної основ

Від рівня і єдності в практичній площині організаційно-технічного рівня підприємства, якості праці і інтелекту залежать можливості підприємства до вирішення поточних і перспективних завдань, його оновлення і виробничо-господарська гнучкість, величина собівартості і основних економічних результатів тощо.

Таким чином, місія хоч і є, в першу чергу, початково утворюючою, всеохоплюючою і фундаментальною категорією для підприємства, в той же час вона формується і підживлюється через розвиток всіх елементів підприємства в їх гармонійному перспективно- прогресивному напрямку.

Висновки. Таким чином, представлені в даній роботі удосконалені підходи до визначення категорії «місія підприємства» з урахуванням домінуючої ролі інноваційного шляху розвитку дозволять більш глибоко і ґрунтовно досліджувати і управляти даним процесом на підприємстві в сучасних умовах господарювання.

Список використаних джерел:

1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – СПб: Питер, 1993. – 487 с.
2. Боумен К. Основы стратегического менеджмента / К. Боумен; пер. с англ. под ред. Л. Г. Зайцева, М. И. Соколовой. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 175 с.
3. Томпсон А. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа / А. Томпсон, А. Стрикленд; пер. с англ. – [12-е изд.]. – М.: Вильямс, 2002. – 928 с.
4. Друкер П. Ф. Менеджмент. Стратегия и тактика / П. Ф. Друкер. – СПб.: Питер, 1999. – 332 с.
5. Градов А. П. Экономическая стратегия фирмы: учеб. пособие / А. П. Градов. – СПб.: Специальная литература, 2000. – 412 с.
6. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: підручник / З. Є. Шершньова. – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с.
7. Виханский О. С. Стратегическое управление: учебник / О. С. Виханский. – [2-е изд., перераб и доп.] – М.: Гардарики, 2003. – 296 с.
8. Тридід О. М. Організаційно-економічний механізм стратегічного розвитку підприємств : монографія / О. М. Тридід. – Харків: ХДЕУ, 2002. – 364 с.
9. Покропивний С. Ф. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність / С. Ф. Покропивний, В. М. Колот. – К.: КНЕУ, 1998. – 620 с.
10. Chandler A. Strategy and structure / A. Chandler. – Cambridge: Mass MIT Press, 1962. – 384 p.
11. Дойл Л. Менеджмент: стратегия и тактика / Л. Дойл; пер с англ. – СПб.: Питер, 1999. – 510 с.
12. Клівець П. Г. Стратегія підприємства: навч. посібник / П. Г. Клівець. – К.: Академвидав, 2007. – 320 с.
13. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – СПб.:Питер, 1999. – 416 с.
14. Фатхутдинов Р. П. Стратегический менеджмент: учебник / Р. П. Фатхутдинов. – М.: Дело, 2001. – 448 с.