

ПОСТАНОВКА МИССИИ ОАО «ЖАБИНКОВСКИЙ КОМБИКОРМОВЫЙ ЗАВОД»

В.А. Рыбак, 4 курс

*Научный руководитель – С.В. Шаполко, старший преподаватель
Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина*

Миссия — это предназначение предприятия, утверждение о смысле ее существования, которое может включать в себя описание вневременной цели организации, основных средств ее достижения и ценностей организации. Следует заметить, что диверсифицированные предприятия формулируют свою миссию и определяют сферы деятельности в более общем виде, чем узкоспециализированные предприятия.

Миссия — общественно значимая причина, оправдывающая существование конкретной организации в этом мире [1, с. 23].

Миссия помогает определить, чем в действительности занимается организация, каковы ее сущность, масштабы, перспективы и направления роста, отличия от конкурентов. При этом она фокусирует внимание в большей степени на потребителе, чем на товаре.

Главной целью деятельности ОАО «Жабинковский комбикормовый завод» является организация эффективной производственно–хозяйственной деятельности, направленной на получение прибыли для удовлетворения социальных и экономических интересов членов трудового коллектива, и собственника имущества, а также производство товаров в необходимых объемах, ассортименте и качестве с учетом более полного обеспечения покупательского спроса. Это и будет являться миссией предприятия.

Если тщательно рассмотреть формулировку действующей миссии ОАО «Жабинковский комбикормовый завод», то можно смело сказать, что она полностью не соответствует самой сути определения миссии. Миссия — это что–то глобальное, что–то широкое, не имеющее рамок и уточнений.

Предприятие не имеющее миссии, словно как человек не имеющий и не понимающий своего предназначения в жизни. Таковое предприятия будет лишь плыть по течению, проходя кое–как все этапы жизненного цикла, ставя мелкие цели, так и не поняв, что можно было достичь уровня «глубокого океана». Поэтому именно с постановки миссии должна зародиться любая организация.

Постановка миссии уже действующего предприятия должна, конечно же, базировать на истории предприятия, основных принципах его работы и условиях окружающей среды. Проанализировав все эти пункты, можно сформулировать миссию предприятия. Миссия: «Расширяя свои границы, мы станем крепким фундаментом в обеспечении высококачественными кормами для сельского хозяйства и для каждого дома страны!».

Данная сформулированная миссия вполне отражает всю действительность предприятия и его направленность в будущее:

1. Указывает на перспективы постоянного развития и расширения.
2. Указывает на установление долгосрочных отношений между предприятием и покупателями.
3. Ориентация на отечественный рынок.
4. Указывает на развитие разнообразия выпускаемой продукции.

Стратегическое видение — это желаемый (идеальный) образ будущего предприятия в представлении собственников. Оно отражает наиболее благоприятную для предприятия ситуацию в наиболее благоприятных условиях внешней среды. Таким образом, видение не зависит от существующих в данный момент тенденций развития рынков и организации. Важно помнить, что утвердившись в своем видении, организация должна не подстраиваться под внешнюю обстановку,

а стремиться формировать внешнюю и внутреннюю среды под созданный образ предприятия, выстраивая их в соответствии с выработанным взглядом на окружающий мир [2, с. 100].

Видение не содержит в себе конкретных указаний относительно того, что, как и в какие сроки следует делать предприятию. Являясь желаемым образом организации, оно придает ее действиям целенаправленность. Это позволяет работникам не только лучше осознавать, что они должны делать, но и понимать, для чего нужны эти действия, открывает им перспективу, дает уверенность в завтрашнем дне и предоставляет возможность идентифицировать свое будущее с будущим предприятия.

У ОАО «Жабинковский комбикормовый завод» видение отсутствует. А ведь это важный аспект в развитии предприятия, ведь именно видение и рождает стратегические цели, то есть тот идеал, к которому предприятие должно стремиться. Необходимо понимать, что цели, вытекающие из стратегии развития предприятия это не есть стратегические ориентиры.

Стратегические ориентиры исходят без учёта внешних факторов, а цели стратегии развития предприятия, непосредственно базируются на анализе внешних факторов и их влияния. Вот в чём заключается основное отличие.

Стратегическое видение ОАО «Жабинковский комбикормовый завод»: «Мы исток у здоровых продуктов, а значит и здоровой нации». Данная формулировка отражает, что предприятие направленно на постоянное улучшение качества продукции, его полезности, а также осмысления значимости выпускаемой продукции, что крайне важно для любого производителя.

Список использованных источников

1. Зуб А. Т. 3 91 Стратегический менеджмент: Теория и практика: Учебное пособие для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 415 с.

2. Горемыкин, В. А. Планирование на предприятии. Учебник и практикум : учебник для бакалавров / В. А. Горемыкин. – 9–е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2014. – 857 с. – Серия : Бакалавр. Базовый курс.