

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ВИДЕНИЕ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Берестнева Е.А.

*Самарский национальный исследовательский университет имени
академика С.П. Королева*

Аннотация: в статье отражены такие понятия, как миссия и стратегические цели, которые в совокупности являются стратегическим видением предприятия.

Ключевые слова: стратегическое управление, стратегическое видение, миссия, стратегические цели.

Стратегическое управление связано с различными компаниями, которые проводят изменения в системе менеджмента. В системе стратегической конструкции путь развития предприятия, умение отвечать на различные ситуации, которые происходят на рынке, а также реализация политики компании, создание команды на предприятии и тому подобное являются составными и необходимыми частями стратегического управления.

Но, когда речь идет о целевом подходе в поведении и управлении предприятием, тогда раскрывают стратегическое видение, которое базируется на миссии и стратегических целях. Они играют наиболее важную роль, когда реализуются стратегические планы, а также крупные проекты, без которых промышленному предприятию сложно выживать в конкурентной борьбе. Видение определяет цели и миссию, а все вместе выступают в виде перспективного взгляда на развитие предприятия и некоего каркаса стратегии. Все это в совокупности выступает как одна из основополагающих задач руководства.

Миссия – основополагающая, уникальная, качественная цель, подчеркивающая черты любого бизнеса, отличие предприятия от других в определенной отрасли [1].

Миссия организации является важной и необходимой частью стратегической конструкции управления. Она является определением главной цели компании. Предприятие, как правило, начинает свою

деятельность с определения четкой миссии, которая устанавливается руководителями. Однако через некоторое время, миссия постепенно устаревает, потому что предприятие озадачено созданием, разработкой новых товаров и завоеванием новых рынков. На многих предприятиях, существуют предпосылки по разработке миссии.

Следовательно, чтобы ожидать эффекта от созданной и зафиксированной миссии, нужно как минимум, привести в порядок функциональные и информационные взаимодействия подразделений предприятия. Для каждого сотрудника необходимо провести сбалансирование по четырем очень важным компонентам их работ, таких как ответственность, полномочия, обязанности, ресурсы, и известно, что последних всегда недостаточно в любом бизнесе.

Стратегическое видение содержит в себе правила, по которым предприятию необходимо сформулировать свою стратегическую конструкцию. К ним относятся:

- сосредоточение сотрудников организации на общей цели;
- формулировка основы или стандарта для распределения ресурсов;
- создание или изменение климата, или культуры предприятия;
- обеспечение трансформации целей компании в рабочую сферу;
- введение системы формального планирования на предприятии [3].

В современных условиях конкретного набора правил и установок по созданию миссии нет. В разных компаниях её содержание будет совершенно другим, но существуют некоторые рекомендации по формированию стратегической установки. В нижеследующем рисунке 1 отображен состав стратегической установки предприятия.

Миссия влияет на то, как действует невидимая рука, направляющая работников предприятия. Она позволяет им выполнять свою работу независимо, в команде для достижения поставленных целей фирмы. В общем случае предприятие определяет род своей деятельности, а именно то, что оно

производит и продает, например: «Мы делаем окна» или используемую технологию «Мы разрабатываем программное обеспечение».

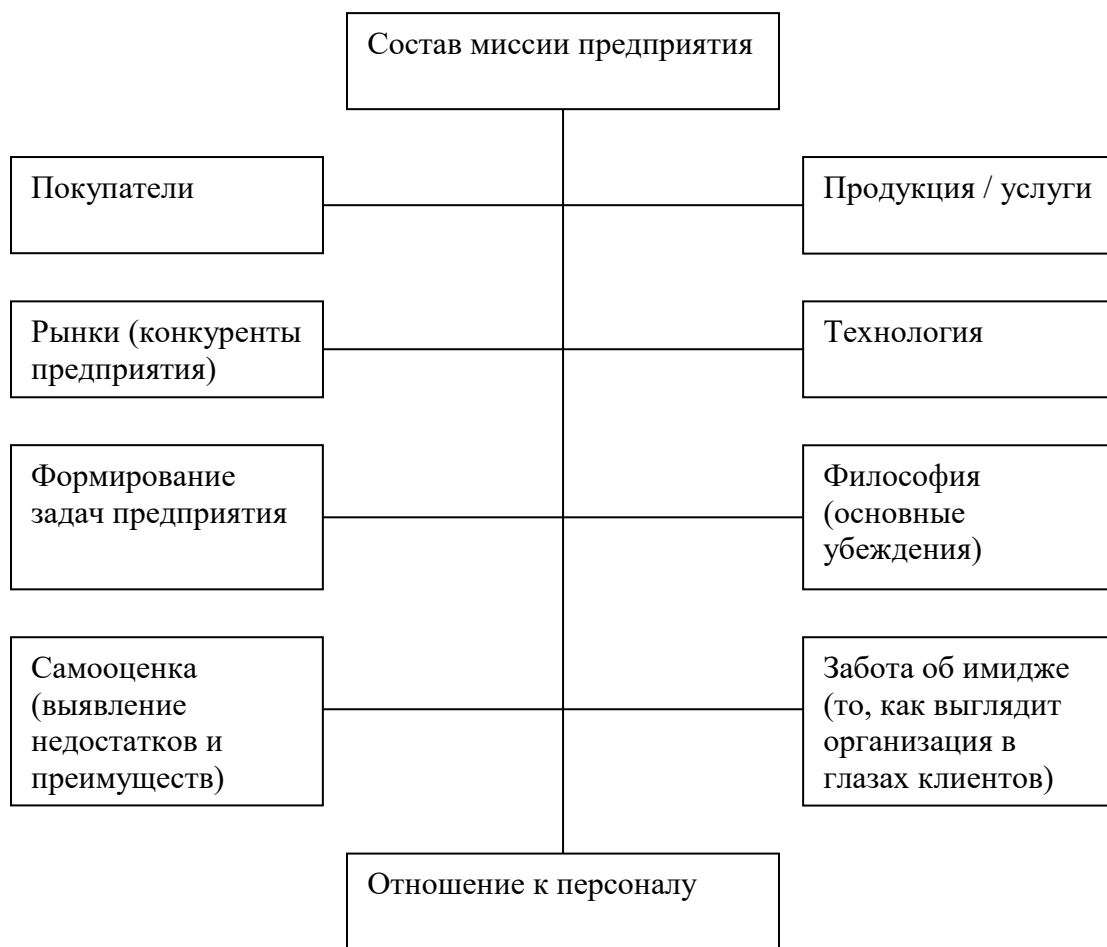


Рисунок 1 – Содержание миссии

Немало важным инструментом менеджмента является процесс определения стратегических целей.

Цели предприятия в отличие от миссии различаются тем, что они наиболее конкретизируются по содержанию и составу. Чаще всего выражаются в стоимостном выражении. К ним можно отнести предполагаемые показатели выручки или прибыли, темпы роста, объемы дивидендов, стоимость акций. Но существуют и цели, которые не имеют финансового отношения, например, уровень удовлетворения сотрудников от выполняемой ими работы. Достижение таких поставленных целей влечет за собой низкий контроль.

Цели являются конкретными вариантами миссии компании в виде, доступной для менеджмента их реализации. Можно отметить следующие характерные особенности и свойства:

- конкретная ориентация на конкретный промежуток времени;
- четкость, измеримость;
- согласованность и взаимодействие с остальными целями и ресурсами;
- ориентированность и контроль [3].

На примере промышленного предприятия, а именно завода железобетонных изделий «Стройсервис – NOVABLOC», которое в настоящее время активно и стремительно развивается и выступает на рынке как качественный производитель, надежный поставщик изделий из бетона, можно показать то, что без четко разработанного видения невозможно достигнуть стратегически положительных результатов. ООО «Стройсервис» ставит перед собой такие цели как:

- расширение имеющихся и развитие новых видов производств;
- увеличение номенклатуры выпускаемых товаров;
- сокращение сроков поставки стройматериала;
- развитие дилерской сети.

Общее стратегическое видение данного промышленного предприятия направлено на укрепление существующих позиций на рынке Самары и области, а также рост объемов производства и реализации продукции. Стратегией предприятия, имеющей долгосрочную перспективу, является стратегия усиления позиции на рынке, при которой предприятие делает все, чтобы с данным продуктом на данном рынке завоевать лучшие позиции, такой тип стратегии требует для реализации больших маркетинговых усилий.

В рамках стратегического управления назначение стратегического видения является существованием и выживанием предприятия в долгосрочной перспективе с помощью постановления динамического баланса с окружающей средой, который позволяет урегулировать различные проблемы заинтересованных в деятельности организации лиц.

Список использованных источников

1. Зуб А.Т. Стратегический менеджмент: Теория и практика: Учебное пособие для вузов / А.Т. Зуб. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 415 с.
2. Горелова Н.Ю., Ряжева Ю.И. Особенности маркетинговой деятельности промышленных предприятий // Стратегические ориентиры развития экономических систем в современных условиях: межвуз. сб. ст./ под общ. ред. Н.А. Дубровиной. – Самара: Издательство «Самарский университет», 2015. – Вып. 3 – С 29 – 38.
3. Попов С.А. Актуальный стратегический менеджмент: учеб.-практич.пособие / С.А. Попов. – М.: Издательство Юрайт; ИД Юрайт, 2011. – 448 с. – (Прогрессивный учебник).
4. Термелева А.Е. Принятие управленческого решения – значимая функция современного менеджера // Стратегические ориентиры развития экономических систем в современных условиях: межвуз. сб. ст./ под общ. ред. Н.А. Дубровиной. – Самара: Издательство «Самарский университет», 2016. – Вып. 4 – С 154 – 159.

THE STRATEGIC VISION OF AN INDUSTRIAL ENTERPRISE

Berestneva E.A.

Russia, Samara University

Abstract: the work deals with such important concepts as mission and strategic objectives which, together, are a strategic vision of the enterprise.

Key words: strategic management, strategic vision, mission, strategic goals.