

Інтеграція України до розвинутого світового середовища, яке характеризується високим рівнем конкуренції, технологічністю та конструктивною культурою як образ життєдіяльності вимагає трансформації вітчизняних підприємств. Незаперечним є той факт, що у світовому бізнес-середовищі найбільшого успіху досягають ті підприємства, які мають не тільки досконалі внутрішні процеси, а й ефективні інструменти, що допомагають їм швидше за інших реагувати на зміни у зовнішньому турбулентному оточенні. У цьому зв'язку на перший план виходить формування цільових стратегічних орієнтирів для успішного перетворення підприємств в контексті їх інтеграції до світового бізнес-середовища.

Більшість як зарубіжних, так і вітчизняних дослідників [1-3 та ін.] виділяють в якості цільових орієнтирів місію та стратегічні цілі.

Місія підприємства розглядається у сучасній науці у широкому та вузькому розумінні. У широкому розумінні [4] місія підприємства представляє собою віддзеркалення філософії та призначення підприємства, його роль у зовнішньому середовищі. У вузькому розумінні місія розглядається як сформульоване твердження відносно того, з якої причини створено підприємство.

Функціонування підприємства у напрямку визначеної місії стає можливим завдяки встановленню та досягненню цілей його діяльності. На погляд автора, найбільш зрозумілим та вичерпним є поняття цілі [26, 119] як конкретного стану чи бажаного результату, якого прагне досягти організація.

Місія підприємства та відповідні їй стратегічні цілі діяльності дозволяють підприємству узгоджувати рівень внутрішнього потенціалу, свої амбіції та відносини із зовнішнім середовищем.

Загалом, важливість та значення цільових орієнтирів у вітчизняній теорії стратегічного управління розглядається з точки зору забезпечення за їх допомогою спрямування діяльності підприємства на досягнення необхідних результатів. Крім того, не дивлячись на широке освітлення питань завдання місії та постановки цілей у зарубіжній та вітчизняній літературі [1-6 та ін.] менеджмент вітчизняних підприємств і досі сприймає більшість аспектів стратегічного управління як формальні процеси, які декларуються, але за фактом не покладаються в основу діяльності підприємства та, відповідно, не дають змоги досягати довгострокових, позитивних та, що саме головне, стійких результатів на практиці. Особливо негативний вплив таке відношення до формування стратегічних орієнтирів підприємства має саме при плануванні та управлінні трансформацією ними.

Більшість вітчизняних робіт, присвячених стратегічному управлінню, які неодноразово згадувались вище, не враховують те, що підприємство є відкритою організаційно – системою організаційною системою, управління якою повинно базуватись на принципах та закономірностях,

відомих у теорії систем. В ході дослідження було виявлено, що автори, наприклад [6], які застосовують системний підхід до стратегічного управління роблять це декларативно, не пропонуючи конкретного інструментарію щодо його реалізації на вітчизняних підприємствах. Це визначає і те, що завдання цільових орієнтирів підприємства та організація у відповідності до потреб трансформації в умовах інтеграції до світового бізнес-середовища не розглядається як об'єктивна необхідність та передумова здійснення ефективного стратегічного управління цим процесом.

Тож, необхідним є розгляд саме системної значущості цільових стратегічних орієнтирів для підприємства як штучно відкритої організаційної системи, що трансформується до світового ринку.

Як відомо, згідно з теорією систем, підприємства є цілеспрямованими системами, що обумовлює надзвичайну важливість встановлення цільових орієнтирів під час їх трансформації. Це обумовлюється, в першу чергу, природою елементів, що утворюють їх, які можна розділити на два види: активні (персонал) та пасивні (засоби, предмети та умови праці). При цьому, активні елементи мають специфічну особливість, яка полягає в наявності у них власної системи управління (природного інтелекту), що обумовлює наявність у них власних цілей, бажань та інтересів, які вони прагнуть реалізувати шляхом створення та прийняття участі процесі трансформації. В свою чергу, це обумовлює необхідність узгодження їх цілей та інтересів із цілями цього процесу.

Крім цього, саме цільові орієнтири визначають майбутній бажаний процесу трансформації та можливість підприємства бути потенційно конкурентоспроможним у ринкових умовах у довгостроковій перспективі. Також, вони дають можливість менеджменту підприємства здійснити погляд з майбутнього у теперішній час та визначити які дії необхідно виконувати кожному з активних елементів системи сьогодні задля досягнення визначеного стану у майбутньому як результату трансформації.

При цьому, беручи до уваги те, що підприємство як відкрита система здійснює під час трансформації взаємодію з іншими системами (соціально – чи організаційно економічними), встановлення цільових стратегічних орієнтирів допомагає досягти балансу між внутрішніми можливостями підприємства та станом його зовнішнього оточення.

В контексті розгляду підприємства як системи, що трансформується, цілеспрямованість означає те, що в процесі функціонування всі її елементи взаємодіють один з одним задля та у напрямку досягнення встановлених загальносистемних цілей. При цьому, якість та характер поставлених цілей детермінують стан, у якому повинна знаходитись сама система, а, відповідно, і кожен її елемент та параметри їх взаємодії, оскільки стан системи визначається станом її елементів та зв'язків між ними.

Враховуючи специфічні особливості стану вітчизняних підприємств як відкритих організаційних систем, а саме їх системну недосконалість [8], наявність системної кризи у системі їх управління та низький рівень системного та стратегічного мислення переважної більшості представників їх менеджменту, можна зробити висновок, що стратегічне управління на вітчизняних підприємствах в контексті їх трансформації до світового бізнес-середовища має бути спрямовано саме на трансформацію їх внутрішнього стану до системно досконалого та досягнення стійкого системного розвитку. Звичайно, що ця трансформація стає можливою за умови встановлення цільових стратегічних орієнтирів, розробки та впровадження ефективних стратегій щодо їх досягнення, а також взаємодії та швидкої реакції на зміни, що відбуваються у зовнішньому мінливому оточенні.

Слід зазначити, що на сьогоднішній день, загальноприйнятим у вітчизняній науці формування цільових стратегічних орієнтирів підприємства у складі та на базі підходів, запропонованих західними вченими. Так, більшість вітчизняних науковців схиляються до думки, що головними цільовими стратегічними орієнтирами є місія та стратегічна мета підприємства.

Беззаперечною є вага роль місії у стратегічному плануванні та управлінні діяльністю підприємства, оскільки вона дає відповідь на питання про кінцевий зміст функціонування підприємства. Разом з тим, місія визначає сутність діяльності підприємства, масштаби його діяльності, стратегічні перспективи розвитку, відмінності від конкурентів.

В свою чергу цілі підприємства слугують безпосередній реалізації його місії в тактичному, оперативному та стратегічному горизонті. Поширеною практикою є коли головною та єдиною метою підприємства обирають максимізація прибутку, що авжеж не може слугувати надійним інструментом реалізації місії на шляху трансформації вітчизняних підприємств з причини того, що охоплює дуже вузьке коло інтересів.

Таким чином, виходячи з того, що для вітчизняних підприємств значення цільових орієнтирів полягає саме у здійсненні за допомогою них трансформації в цільовий стан, можна зробити висновок, що це вимагає застосування конструктивного системного підходу до завдання стратегічних цільових орієнтирів підприємства.

В цілому, можна сказати, що завдання цільових стратегічних орієнтирів дає підприємству можливість придбання таких характеристик, що забезпечують йому можливість довгострокового ефективного функціонування у ринковому висококонкурентному середовищі. У зв'язку з цим актуальним виявляється розгляд підходів щодо завдання цільових стратегічних орієнтирів підприємства для успішної його трансформації, які існують на сьогоднішній день у зарубіжній та вітчизняній теорії та практиці стратегічного

управління, що і буде зроблено в подальших дослідженнях автора.

Список літератури

1. Романчук З. З. Бачення – найважливіший орієнтир системи стратегічного управління / З. З. Романчук // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://libfor.com/index.php?newsid=23>

2. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление / Д. Аакер ; [пер. с англ., под ред. С. Г. Божук]. — Изд. 7-е. - СПб. : Питер, 2007. — 496 с. — ISBN 978-5-469-01301-35-469-01301-4.

3. Акофф Р. О целеустремленных системах / Р. Акофф, Ф.Е. Эмери ; [пер с англ.]. — Изд. 2-е, доп. — М. : ЛКИ, 2008. — 272 с. — ISBN 978-5-382-00638-3.

4. Виханский О. С. Стратегическое управление : Учебник / О. С. Виханский — М. : Экономика, 2006. — 296 с. - ISBN 5-98118-055-2.

5. Ключник Е. К. Методика формирования и определения предпочтений стратегических направлений развития промышленного предприятия / Е. К. Ключник // Вестник Пермского университета. — 2012. — № 4 (15). — С. 40 – 45.

6. Кобзев П. М. Информационное обеспечение стратегического управления предприятием на базе системного подхода/ П. М. Кобзев // Стратегія економічного розвитку України: зб. наук. пр. — Спецвипуск. — 2011. — №28. — С. 111–120.

7. Гур'янов А. Б. Системний підхід до стратегічного управління підприємством / А. Б. Гур'янов, О. А. Гришко // Вісник економічного транспорту і промисловості. — 2011. — № 34. — С. 274 – 277.

8. Кобзев П. М. Стратегическое управление рыночной трансформацией предприятий на базе системного подхода / П. М. Кобзев // Економіка розвитку. — ХНЕУ. — 2005. — № 1 (33). — С. 93–98.