

## BUSINESS PLAN

*What is your mission?*

*Business Goals*

*Income Projection*

*Cost Projection*

*Personal Growth*

*Notes*

# Тема: «Формування місії та цілей підприємства»

# Місія як генеральна мета підприємства

Місія – це стисле формулювання основної мети, завдань і напрямку діяльності підприємства. Вона визначає, навіщо існує підприємство, які цінності та потреби воно задовольняє. Місія орієнтована на зовнішнє середовище, впливаючи на клієнтів, суспільство та ринок.

**Приклад:** місія підприємства газопостачання – забезпечення надійного та безпечного постачання газу для сталого розвитку регіону.



# Фактори розробки місії підприємства

1

## Зовнішнє середовище

Ринкові умови, конкуренція, потреби споживачів та тренди галузі.

2

## Внутрішні ресурси

Потенціал, можливості та обмеження підприємства.

3

## Соціальна відповідальність

Корпоративна культура та етичні принципи.

4

## Конкурентні переваги

Визначення унікальності та позиціонування на ринку.

5

## Стратегічна узгодженість

Важливість гармонізації місії з довгостроковою стратегією розвитку.

# Критерії успішного формулювання місії

## Чіткість та зрозумілість

Місія має бути легкою для розуміння всіма стейкхолдерами.

## Орієнтація на майбутнє

Вона задає довгостроковий напрямок, але залишається актуальною без жорстких часових рамок.

## Відображення цінностей

Місія має відображати ключові цінності та пріоритети підприємства.

## Мотивація та залучення

Успішна місія надихає працівників і приваблює клієнтів.

## Гнучкість

Дозволяє адаптуватися до змін на ринку та у зовнішньому середовищі.

# Цілі підприємства: суть і основні види

Цілі – це конкретні бажані результати, яких підприємство прагне досягти. На відміну від місії, цілі мають чіткі часові межі та є вимірюваними.

## Основні види цілей:

- **Стратегічні:** довгострокові, визначають загальний напрямок розвитку.
- **Тактичні:** середньострокові, розробляються для досягнення стратегічних цілей.
- **Оперативні:** короткострокові, щоденні завдання, які забезпечують виконання тактичних цілей.

## Класифікація за сферами:

- Економічні
- Соціальні
- Виробничі
- Маркетингові
- Фінансові



## Важливість цілей для підприємства

1

Конкретизація місії

Цілі переводять загальну місію в чіткі, вимірювані завдання, що служать орієнтиром для дій.

2

Мотивація персоналу

Чітко визначені цілі надихають команду та координують роботу всіх підрозділів.

3

Критерії для рішень

Цілі є основою для прийняття ефективних управлінських рішень на всіх рівнях.

4

Контроль та оцінка

Дозволяють вимірювати прогрес та оцінювати результати діяльності підприємства.

# Вимоги до формування стратегічних цілей

## Конкретність та вимірюваність

Застосування SMART-підходу (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound).

## Реалістичність та досяжність

Врахування наявних ресурсів та можливостей підприємства.

## Взаємопідтримка та збалансованість

Гармонізація різних цілей для уникнення конфліктів.

## Орієнтація на зовнішнє середовище

Фокус на ринкових можливостях та конкурентних перевагах.

## Прозорість та комунікація

Забезпечення відкритості та розуміння цілей всіма членами команди.

# Вимоги до формування маркетингових цілей

- Орієнтація на клієнта

Задоволення потреб клієнтів та використання ринкових можливостей.

- Цільові сегменти та позиціонування

Визначення ключових груп споживачів та стратегії їх залучення.

- Вимірювані показники

Встановлення цілей щодо зростання продажів, частки ринку, впізнаваності бренду.

- Гнучкість

Швидка адаптація до динамічних змін ринку та поведінки споживачів.

- Взаємозв'язок зі стратегією

Маркетингові цілі повинні бути інтегровані в загальну стратегію підприємства.



# Сучасні підходи до формування місії та цілей

Інструменти постановки цілей:

- Використання систем OKR (Objectives and Key Results), KPI (Key Performance Indicators) та OGSM (Objectives, Goals, Strategies, Measures) для чіткої постановки та контролю цілей.
- Залучення команди через партнерські сесії та мотиваційні програми.
- Адаптивність цілей до змін зовнішнього середовища.

Приклади інтеграції:

- **LeanBizDev©** – інтегрований підхід для розвитку бізнесу та управління ризиками, що поєднує гнучкість та орієнтацію на цінність.
- Важливість системного підходу для досягнення амбітних результатів у динамічному бізнес-середовищі.



1

Місія

Фундамент, що задає напрямок розвитку підприємства та його цінностей.

2

Цілі

Чітко сформульовані цілі забезпечують фокус і мотивацію для команди.

3

Відповідність

Відповідність цілей стратегічним і маркетинговим вимогам – ключ до успіху.

4

Системний підхід

Адаптивний підхід до формування місії та цілей відкриває шлях до сталого розвитку та конкурентоспроможності.