

Тема 3. Місія та мета інноваційного управління у закладах сфери соціальної роботи

Формування цільової функції для кожної соціальної організації починається з визначення головної мети, або місії організаційної системи. Місія – це філософія організації, концепція її діяльності та розвитку. Вона являє собою якісно відображену сукупність основних цілей, що відносяться до сфери діяльності та намірів організації. Адже життя кожної організації починається з визначення її призначення, тобто тих намірів, чим вона має стати для споживачів її продукції чи послуг у певному географічному регіоні, в межах котрого вона планує діяти, принаймні, у найближчі 10-15 років. Отже місія – це загальна мета організації, в якій чітко сформульована причина її існування в суспільстві, що позначається як місія організації. У формалізованому вигляді місія організації представляє собою документ, у котрому деталізується статус підприємства, декларуються принципи його роботи та наміри керівництва, подається визначення найважливіших характеристик діяльності організації, зокрема, спосіб виробництва товарів або послуг, цільові групи споживачів, опис нових розробок, концепція якості виробів, ціноутворення та збуту тощо. Місія як образ організації не тільки мобілізує людей на активні дії для досягнення поставлених цілей, але й об'єднує їх. Вона має бути життєво значущою для співробітників. Тому визначення місії організації повинне мати не лише ідеологічний сенс, але й носити виключно прагматичний характер. Місія організації формулюється, як правило, керівництвом організації, яке несе повну відповідальність за її втілення в життя шляхом постановки та реалізації цілей організації. Місія не повинна залежати від поточного стану організації, форм і методів її роботи. У цілому вона має виражати 92 спрямованість у майбутнє, показуючи, тим

самим на що будуть спрямовуватися зусилля колективу організації, а також які цінності будуть при цьому пріоритетними. Тому в місії не прийнято вказувати в ролі головної цілі одержання прибутку, хоча прибуток – визначальний чинник ефективного функціонування будь-якого підприємства. Прибуток як місія суттєво обмежує спектр розглянутих організацією шляхів і напрямків розвитку, а також може призвести до неефективної роботи. Існує безліч підходів щодо визначення місії організації та її змісту. Центральним моментом місії є відповідь на запитання: яка головна мета організації? На першому місці, як правило, стоять інтереси, очікування та цінності споживачів, які орієнтовані на майбутню перспективу. Як приклад можна привести формулювання місії автомобільної компанії «Форд», сформульована отже: «Надання людям дешевого автомобіля». Наукою управління виділяється й такий підхід, у центрі уваги котрого перебуває якість – поняття, яке розкривається з різних сторін, даючи уяву про компанію, її продукцію, а також про стиль керівництва та характер діяльності. Ось формулювання такої місії певної організації: «Досягнення високої майстерності у всіх сферах – в цілях, продукції, послугах, людях і стилі життя; ціль – стати високотехнологічною компанією; якість – невід'ємна частина продукції, робочого середовища й людей; професійний менеджмент, повна довіра до людей, підтримка творчості, обґрунтованого ризику; прийняття управлінських рішень менеджерами всіх рівнів на основі чітко визначених повноважень і відповідальності; чесність і відкритість, робота в єдиній команді; ми прагнемо, щоб люди мали можливість сказати, що наша компанія – чудове місце для роботи, тому що вона підтримує та визнає індивідуальні досягнення». Натомість наукою менеджменту не вироблено універсальних правил формулюванні місії організації та її змістовних параметрів. Тому наведено лише деякі рекомендації щодо цього: 93 1) місія організації не повинна залежати від поточного стану організації, форм і

методів її роботи, тому що вона має бути спрямована в майбутнє; 2) у місії організації не прийнято вказувати в ролі цілі одержання прибутку, оскільки фокусування на прибутку може суттєво обмежити спектр розглянутих організацією шляхів і напрямків розвитку, що в остаточному підсумку призведе до негативних наслідків; 3) у місії організації на перше місце виносяться переважно ключові потреби, інтереси, очікування та цінності основних цільових груп споживачів (сьогоднішніх і майбутніх); 4) між місією організації й більш загальною соціальною системою (тобто місцевою спільнотою чи суспільством), частиною котрої є організація, не повинно бути певних суперечностей і наявних протиріч; 5) місія як філософія організації формується під впливом чинників як суб'єктивного, так і об'єктивного характеру – особистих якостей керівництва, співробітників, їх ціннісних установок, характеру виробництва чи діяльності, а також суб'єктив зовнішнього оточення – клієнтів, постачальників, місцевої громади, держави, суспільства тощо. Фахівці з менеджменту вважають, що соціальні організації повинні ідентифікувати себе в місії не на основі виробленого продукту або послуги, а на основі головного призначення організації в суспільстві, тобто на основі визначення того, «хто ми і чим ми відрізняємося від інших». Інакше кажучи, значення має не те, що організація виробляє, а те, за що вона бореться, і що робитиме в майбутньому.