

РЫНОЧНАЯ СРЕДА И СИСТЕМА ЦЕЛЕЙ ПРЕДПРИЯТИЯ

Л.В. Стрелкова

Нижегородский государственный университет

Переход к рыночным отношениям промышленных предприятий предполагает их функционирование в динамичной внешней среде, а это требует трансформации их экономического поведения. В статье обосновывается и предлагается система целей предприятия, их ранжирование по уровням управления и детализация до конкретных задач в связи с внешними реакциями.

Любое предприятие независимо от вида собственности, организационно-правовой формы, масштаба производства, вида и характера деятельности и другого работает на условиях коммерческого расчета.

Рынок как система возникает естественным путем. Предприятие основывается на иерархических принципах организации экономической деятельности. Для рыночной системы характерным является обособление средств производства. Для предприятия, как системы, характерна их концентрация. Рынок исключает диктат, там предпочтение отдается косвенным методам управления, основой являются экономические стимулы. Внутри предприятия предполагается единоначалие, базовые методы управления — это административные меры.

Предприятия, специализирующиеся на выпуске однородной продукции, образуют соответствующие отрасли материального производства: промышленность, сельское хозяйство, строительство, транспорт и так далее. Они составляют структуру отраслей, определяют их профиль и масштаб.

В соответствии с утвержденными и зарегистрированными в установленном порядке учредительными документами основной целью предприятия является прибыль. Следовательно, оно является коммерческой организацией. Предприятие не должно нарушать нормальных условий деятельности других предприятий и организаций. Государство или другой вышестоящий орган не отвечает по обязательствам предприятия. Предприятие не отвечает по обязательствам государства, других органов.

Однако следует подчеркнуть, что несмотря на самостоятельность, предприятие не освобождается от государственного контроля за своей деятельностью, который может вестись, например, за уплатой налогов, ограничением монопольных тенденций, соблюдением технических стандартов и технических условий производства и т. п.

Рыночные отношения требуют не только производства продукции, но и ее сбыта, реализации. Лишь на этой основе возможна нормальная деятельность предприятия. В то же время самостоятельность в качестве платы обуславливает возможность несостоятельности и банкротства. Следовательно, предприятие может быть выведено за рамки экономической сферы, так как оно не смогло работать в условиях рынка и должно покинуть его. Таким образом, поведение предприятия в рыночных условиях существенно видоизменяется. Эти изменения касаются многих вопросов деятельности предприятия.

Любое предприятие в рыночной экономике действует как открытая экономическая система, что предполагает взаимодействие с рыночной средой.

На предприятии необходимы три основные стадии: то есть покупка факторов производства за определенную плату, производство продукции, сбыт, то есть реализация товаров. Таким образом, покупаем ресурсы (на входе), делаем определенные затраты, затем идет их преобразование и получение результатов (на выходе).

Предприятие — это открытая система, которая существует лишь при условии адекватного взаимодействия с окружающей внешней средой (она включает макросреду и микросреду) при наличии эффективной внутренней среды, то есть экономики предприятия или экономического управления (об этом речь далее). В целом, внешняя и внутренняя среда, дополняя друг друга, будут составлять структуру рыночной среды предприятия.

Внешняя среда — как это отмечается в литературе — совокупность активных хозяйствующих субъектов, экономических, общественных и природных условий, национальных и межгосударственных институциональных структур и других, действующих в окружении предприятия.

Внешняя среда делится на макро- и микросреду. Макросреда включает в себя следующие составляющие: природная, демографическая, научно-техническая, экономическая, экологическая, политическая и международная. В макросреде действует большое число факторов. Им свойственна многовариантность, неопределенность, непредсказуемость.

Микросреда — это среда прямого влияния на предприятие, которую создают поставщики материально-технических ресурсов, потребители продукции предприятия, посредники, конкуренты, а также контактные организации. Микросреда представлена участниками, имеющими непосредственное отношение к предприятию.

Важным качеством любого хорошо работающего предприятия является его способность реагировать на изменение ситуации. Следует подобрать надежных партнеров, выбрать оптимальных посредников. Нужно быть готовым к конкурентной борьбе. Необходимо четко организовать маркетинг, уметь поддерживать неформальные связи, хорошо наладить официальные отношения как с поставщиками сырья, материалов и полуфабрикатов, так и с потребителями, с заказчиками.

Все элементы макро- и микросреды взаимосвязаны и составляют, как уже говорилось, внешнюю среду предприятия. Причем предприятие должно ограничивать негативное воздействие факторов данной среды, существенно влияющих на результаты его деятельности. И наоборот, более полно использовать благоприятные факторы.

Однако современное предприятие — это также внутренняя среда, то есть внутренняя система, организация. В условиях рыночной экономики ее значение не уменьшается, так как характеризует ресурсы, потенциал предприятия и прочие и включает маркетинговую, техническую, производственную, экономическую, трудовую, организационную составляющие.

Каждая составляющая внутренней среды рассматривается как подсистема производственной системы исходя из конкретных целей и задач. Но об этом позже, сначала о генеральной цели.

Общеизвестно, что генеральной, глобальной целью деятельности фирмы (предприятия) в рыночной экономике является получение прибыли. Именно при этом условии фирма может стабильно существовать, обеспечивая себе рост. В

экономической литературе все цели, как правило, классифицируются по следующим признакам: масштаб управления, сфера деятельности, состав субъектов и прочие.

На наш взгляд, в управлении предприятия следует выделить генеральную цель, стратегические цели, тактические цели, то есть по методам планирования, уровням управления, субъектам и др.

Генеральная цель предприятия, то есть прибыльность, может быть разбита на следующие стратегические цели:

- 1) научно-конструкторская, то есть конкурентоспособность разработок и продукции (с точки зрения качества);
- 2) техническая, то есть технические и технологические нововведения (обеспечение технического уровня производства);
- 3) производственная, то есть изготовление продукции (выпуск продукции в заданном объеме и ассортименте);
- 4) экономическая, то есть эффективность и производительность (реализация продукции с наименьшими затратами);
- 5) социальная, развитие персонала (удовлетворение потребностей трудового коллектива).

Эти стратегические цели конкретизируются и могут быть представлены тактическими целями. Таким образом, получим третий уровень. И наконец, представленные цели могут быть детализированы и поставлены как частные задачи, которые будут решать структурные службы предприятия: инженерная, экономическая, производственная и прочие.

И, возвращаясь к внутренней среде предприятия, можно отметить, что по составляющим они будут принципиально совпадать с набором служб предприятия. Таким образом, состав и структура подразделений предприятия будут опосредованы факторами внутренней среды.

Внутренняя среда рассматривается как часть общей окружающей среды, которая находится внутри предприятия и оказывает непосредственное влияние на реализацию генеральной цели предприятия. Она включает все сферы деятельности предприятия, которые можно укрупнено объединить в три блока:

- производственный, цель которого — создание оптимального технико-технологической системы, то есть надежное и эффективно функционирующее производственное оборудование и упорядочение технико-организационных связей работников;
- трудовой, цель которого — создание действенной системы мер по обеспечению условий для высокопроизводительного, эффективного труда;
- управленческий, цель которого — создание целенаправленного воздействия первых двух блоков для реализации главной цели предприятия.

Цель — это тот желаемый конечный результат, к которому стремится в своей деятельности предприятие в лице его собственников и работников.

Однако, как уже говорилось выше, в рыночной экономике на предприятие оказывает огромное влияние внешняя среда. Она предъявляет к предприятию ряд требований, без удовлетворения которых не мыслим успех предприятия в современной экономике, а именно:

- давление потребителей, заключающееся в стремлении покупать продукцию все более высокого качества по возможности по более низким ценам;

- интересы продавцов (посредников, стремящихся при реализации продукции, работ, услуг получить максимальную посредническую прибыль);
- требование контрагентов, предприятий-смежников о достаточном уровне надежности и приемлемых условиях поставок ресурсов, полуфабрикатов, комплектующих;
- совокупное стремление всего общества к охране окружающей среды и в целом к безопасности жизнедеятельности.

Перечисленные условия и требования предопределяют обязательное отражение в конечных целях деятельности любого предприятия максимально широкого спектра интересов всех вышеотмеченных групп экономических субъектов.

Однако экономическая система является чрезвычайно сложной системой, что делает неизбежным вывод о наличии целого спектра целей производства, которые лежат в русле достижения основной цели. Эти цели могут быть дифференцированы по степени важности. Для этого, согласно требованиям системного подхода, составляется так называемое «дерево целей», учитывающее иерархию и соподчинение целей и подцелей до необходимой степени их детализации. Такое дерево целей может быть представлено многообразными вторичными, третичными и еще менее значимыми производственными целями.

А именно, целями менее приоритетными по отношению к основной цели предприятия (извлечение прибыли) могут быть названы следующие, так называемые производственные цели:

- наращивание объемов выпуска продукции, работ, услуг;
- использование достижений научно-технического прогресса и обеспечение на этой основе высокого уровня производства выпускаемой продукции (услуг);
- маневренность и мобильность деятельности, то есть способность в кратчайшие сроки перепрофилировать производство с одних видов изделий на другие или выпускать их параллельно в нужных количествах в зависимости от складывающейся конъюнктуры рынка, конкуренции по уровню качества продукции;
- гибкая ценовая политика;
- рациональное использование всех ресурсов, снижение себестоимости и обеспечение высокой эффективности производства;
- полное использование отходов производства;
- создание предпосылок и возможностей участия работников в управлении производством, оперативное разрешение трудовых конфликтов между администрацией предприятия и работниками;
- обеспечение оптимальных условий труда и социального развития участников производства;
- экологичность всех видов производственно-хозяйственной деятельности.

Каждая из перечисленных целей является средством достижения основной цели — прибыли.

Рассматривая систему целей, стоящих перед предприятием в ходе его производственно-хозяйственной деятельности, важно подчеркнуть, что эти цели могут быть сгруппированы и по масштабу задач, выполняемых в процессе их реализации, и по объектам, этими целями охватываемым.

Существенное условие заключается в наличии взаимообусловленных связей между уровнями реализации целей производства, в их «взаимопроникновении».

В связи с такой многоуровневой системой важно не только анализировать природу целей деятельности предприятия, но и определять их взаимосвязь с дру-

гими элементами системы управления, формировать индивидуальные (первый и второй уровни — отдельный работник, рабочее место), групповые (третий уровень — бригада, участок, цех) и организационные (четвертый и пятый уровни — предприятие, организация, рынок, экономика) цели в соответствии с функциями, типами и предъявляемыми к ним требованиями.

Тогда поставленные таким образом цели будут являться масштабом для оценки достигнутого на соответствующем уровне.

Многообразие и систематизация целей производственно-хозяйственной деятельности делают первостепенным вопрос о последовательности их достижения на основе их относительной самостоятельности, с одной стороны, и периодической соподчиненности, с другой.

Любая из выделенных нами целей производственной деятельности может быть представлена и как важнейшая самостоятельная цель любого производства вне зависимости от того, с точки зрения каких интересов она рассматривается — с позиции собственников данного производственного звена либо с позиции требований к нему со стороны государства, общества.

Таким образом, самостоятельность и при этом определенная соподчиненность целей, их иерархия предусматривают последовательность приоритетов, когда цели более высокого уровня являются главенствующими, определяющими для целей нижележащих уровней. Именно тогда схема построения всей системы целей принимает вид «дерева целей».

Все цели системы могут быть сгруппированы по двум категориям. В зависимости от состояния системы, реализации которого они соответствуют, — это цели стабилизации и цели развития.

Стабилизационные цели предполагают сохранение достигнутого уровня производства, потребления, использования ресурсов либо сохранения определенного состояния производственной системы.

Цели развития направлены на достижение новых, более совершенных состояний системы либо на создание дополнительных ресурсов, которыми данная система не обладает и которые ведут к достижению желаемого состояния системы.

Заметим, что сам по себе спектр устанавливаемых предприятием целей своей производственно-хозяйственной деятельности зависит от влияния разнообразных факторов, характеризующих обеспеченность предприятия собственными ресурсами и внешнюю среду, рыночную ситуацию. Среди них можно особо выделить следующие:

- наличие и объем платежеспособного спроса на продукцию (работы, услуги) предприятия;
- наличие надежных поставщиков сырья, материалов, комплектующих изделий, оборудования, необходимых для изготовления продукции;
- наличие инженерных решений для изготовления новой или модифицированной продукции, расширение диверсификации деятельности;
- наличие квалифицированных кадров;
- наличие, намерения, сильные и слабые стороны конкурентов;
- степень международных связей в области торговли продукцией, интересующей данное предприятие;
- наличие земельных площадей для строительства и возможного расширения предприятия;
- вид, мощность и надежность транспортных связей;

- наличие рыночной, коммунальной и прочей инфраструктуры для обслуживания действующего предприятия.

Принципиально важно, чтобы все перечисленные факторы были учтены при разработке и реализации стратегии развития предприятия.

Влияние их может быть таким, что в различные временные промежутки цели деятельности могут меняться либо меняется приоритетность этих целей. Все это зависит от конкретных обстоятельств деятельности предприятия.

Например, основной целью предприятия на определенном этапе может быть не получение максимальной прибыли, а завоевание рынка. В этом случае получение максимальной прибыли отодвигается как бы на второй план, но в будущем, в случае завоевания рынка, предприятие может с лихвой возместить недополученную прибыль, реализуя свою основную долговременную цель.

В современных условиях руководители многих предприятий считают, что для них основной задачей на данном этапе являются реализация продукции, возможность выплаты заработной платы работникам, погашение задолженности перед бюджетом, финансовыми институтами и поставщиками, предотвращение банкротства. И лишь в случае реализации этих задач появится возможность достижения стратегической цели — максимизации прибыли.

Литература

1. Управление современной компанией / Под ред. Б.З. Мильнера, Ф.К. Линка. М., 2001.
2. Экономика предприятия / Под ред. В.Я. Горфинкеля, В.А. Швандара. М., 1998.