Миссия фирмы как «связующее звено» управления

Аннотация

Статья посвящена новому пониманию миссии фирмы как целесообразному использованию потенциала предприятия для реализации актуальных потребностей внешней среды. С этой точки зрения теория управления предприятием приобретает целостный характер, позволяет соотносить внутренние возможности предприятия с внешними потребностями экономического окружения.

Ключевые слова: миссия фирмы, потенциал, эволюция, стратегическое управление, оперативное управление, фундаментальные закономерности, законы жизнедеятельности

Новиков Алексей Вячеславович
канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и менеджмента, филиал Санкт-Петербургского государственного морского технического университета (СПбГМТУ) «Севмашвтуз»
noalv@mail.ru, noalv@atnet.ru

Фундаментальную роль в экономике страны играют промышленные предприятия, которые в последние десятилетия растеряли большую часть кадрового потенциала, уникальное оборудование и технологии производства и т.д. Теория управления социалистическим предприятием уже давно неактуальна, а методы американского менеджмента применяются в отечественных условиях либо фрагментарно, либо не применяются вообще, часто имеют место многолетние нерешенные экономические проблемы[1].

Традиционный (американский) менеджмент также не лишен недостатков, прежде всего: неспособность фирмы адекватно реагировать на эволюционные изменения экономического окружения; отсутствие общих критериев выбора альтернативных вариантов развития, отвечающих долгосрочным интересам предприятия и др. Единственным критерием деятельности фирмы довольно часто считается прибыль, обеспечение которой в должном объеме рассматривается как цель существования органи-

[1] Особенно это касается предприятий оборонного комплекса, многие из которых уже около двадцати лет находятся в состоянии кризиса.

зации. Такая точка зрения, характерная, прежде всего, для владельцев и инвесторов предприятия, не отвечает ни интересам самого предприятия, ни его внешнего экономического окружения. Прибыль фактически является лишь средством решения стратегических задач фирмы, но не последней инстанцией. Само предприятие должно соотносить потребности окружения со своими возможностями (потенциалом) и реализовывать последние с максимальной экономической эффективностью. Однако для постановки главных управленческих задач в таком контексте необходимо «сместить акценты» в управлении предприятием.

Миссия фирмы как общая основа менеджмента

Серьезное внимание в менеджменте уделяется миссии фирмы, то есть экономическому предназначению предприятия в среде общественного производства. Это понятие в экономической литературе представляется либо в весьма обобщенном виде (как предназначение фирмы), либо весьма детально, с указанием множества второстепенных свойств предприятия и окружающей среды. Оба подхода имеют свои недостатки: обобщенное представление миссии фирмы делает ее смысл весьма туманным, не имеющим практического значения, поскольку оно не позволяет получить весьма важных с точки зрения стратегического управления следствий[2]; детальные же представления, как правило, не обогащают его, поскольку для уточнения содержания этого понятия используется широко известная, но мало что дающая в плане его раскрытия терминология (предприятие – рынок, спрос – потребление, экономическая среда и т.п.).

Есть основания полагать, что введение в экономическую науку понятия миссии фирмы должно стать

[2] Иногда [2] миссия рассматривается как «внешняя цель», не имеющая ничего общего с внутренними целями, в определенной мере, декларативная. Фактически же фирмы не стремятся максимизировать прибыль, а направлены на получение приемлемой прибыли, достаточной для реализации большинства запланированных программ развития, и их деятельность в большей мере нацелена на выживание [1].

прибыль фактически является лишь средством решения стратегических задач фирмы, но не последней инстанцией

серьезное внимание в менеджменте уделяется миссии фирмы, то есть экономическому предназначению предприятия в среде общественного производства

связующим звеном между современными представлениями о предприятии и окружающей среде.

Существование фирмы обусловлено тремя обстоятельствами, а именно: необходимостью, возможностью и целесообразностью этого явления. Здесь необходимость существования фирмы определяется окружающей средой, вернее, ее потребностью в определенных товарах или услугах. В то же время возможность ее создания и существования связана с наличием в рамках фирмы совершенно определенных производственных (ресурсных, технологических и организационных) условий, позволяющих выпускать необходимую для окружающей среды продукцию.

Что же касается целесообразности существования фирмы, которая выступает мерой соответствия потребностей среды и возможностей предприятия, то именно в ней, как представляется, и отображается сущность миссии фирмы. Иными словами, целесообразность предстает как важнейший аспект понятия миссии фирмы. Это дает основание несколько расширить обобщенную трактовку понятия миссии фирмы, выражаемую термином «предназначение». С учетом этого замечания предлагается новая формула миссии.

управления

Миссия – это целесообразное использование потенциала (то есть производственных возможностей) фирмы для удовлетворения актуальных потребностей окружающей среды (или ее элементов)[3].

Главное преимущество этой формулы состоит в том, что с ее помощью миссия фирмы приобретает управляемый характер. Так, недостаточное использование потенциала предприятия свидетельствует о наличии проблемы целесообразности его существования в данном качестве, то есть о непригодности выбранной миссии для решения стратегических задач. В этих условиях нужна новая трактовка миссии фирмы, которая должна быть ориентирована на максимальное использование стратегического потенциала предприятия. В некоторых случаях миссия фирмы может быть дифференцирована на

[3] Иными словами, миссия фирмы выступает как способ преодоления диалектического противоречия между потребностями окружающей среды и производственными возможностями предприятия.

ряд более «частных» (например, при выпуске корпорацией совершенно разных видов продукции, серьезно различающихся по уровню наукоемкости), в соответствии с которыми возможна организация относительно обособленных производств.

Миссию фирмы следует рассматривать в краткосрочном (оперативном) и долгосрочном (стратегическом) аспектах. Оперативный подход к реализации миссии фирмы сводится к решению вопросов обеспечения конкурентоспособности продукции и максимального использования имеющегося потенциала предприятия. В стратегическом плане миссия выступает как программа адаптации фирмы к меняющимся условиям окружения. Преемственность миссии в таком качестве обеспечивается сложившимся потенциалом фирмы, а изменчивость является следствием постоянного обновления потребностей окружающей среды.

Миссия фирмы как результат проявления экономических законов в производственных системах

Итак, миссия фирмы (в новом понимании) имеет оперативную и стратегическую составляющие. Первая относится к процессам функционирования предприятия, вторая – к развитию, структурным изменениям организации. Соответственно, речь идет об управлении этими процессами.

В работе [3] нами было показано, что управление предприятием состоит в постоянном соблюдении организацией определенных экономических законов, соответствующих процессам жизнедеятельности экономических систем – функционированию, развитию и участию в эволюционных изменениях экономики (*см. табл. на с. 50*). Производные законы жизнедеятельности экономических систем здесь представлены как механизмы реализации общих.

Очевидно, далеко не все из представленных «производных» законов относятся непосредственно к предприятию, некоторые соответствуют общеэкономическим условиям деятельности: для процесса функционирования на уровне предприятия остается закон эффективности использования ресурсов; для процесса эволюции – закон лишь роста эволюционной пластичности (мобильности) предпри-

...введение в экономическую науку понятия миссии фирмы должно стать связующим звеном между современными представлениями о предприятии и окружающей среде

Таблица

Система фундаментальных законо в жизнедеятельности экономических систем

Характер закона	Процессы жизнедеятельности предприятия		
	Функционирование	Развитие	Эволюция
Основные законы жизнедеятельности экономических систем	1. Закон равенства доходов и расходов («жить по средствам»)	2. Закон экономического роста	3. Закон конкуренции
Производные законы экономики (механизмы реализации основных законов)	1.1. Закон стоимости; 1.2. Закон эффективности использования ресурсов	2.1. Закон роста экономического потенциала; 2.2. Закон роста наукоемкости продукции; 2.3. Закон направленного отбора управленческих решений	3.1. Закон роста эволюционной пластичности предприятия; 3.2. Закон ограниченности ресурсов (механизм реализации закона конкуренции, т.е. механизм эволюционного регулирования ресурсопотребления); 3.3. Закон спроса и предложения; 3.4. Закон естественного отбора

ятия[4]; механизмы управления развитием предприятия включают все указанные в таблице законы[5]. Реализация производных законов экономики в рамках производственных систем является достаточным условием успешной работы компаний, выживания в долгосрочной перспективе.

Для осуществления управления предприятием в таком качестве необходимы соответствующие организационно-экономические механизмы, способные обеспечивать решение оперативных и стратегических задач организации, реализацию миссии предприятия в целом.

миссия – это целесообразное использование потенциала (то есть производственных возможностей) фирмы для удовлетворения актуальных потребностей окружающей среды (или ее элементов)

[4] Под мобильностью мы понимаем способность предприятия быстро и с минимальными затратами ресурсов адаптироваться к любым изменениям внешнего окружения. Подробнее см. [3].

[5] Предприятие в большинстве случаев не создает эволюционные изменения экономики, это процессы более высокого, отраслевого или макроэкономического уровня. Тем не менее, игнорирование подобных явлений губительно для предприятия. Учет эволюционной составляющей должен осуществляться при выборе альтернативных вариантов развития предприятия.

Заключение

Уточнение понятия миссии фирмы позволяет рассматривать процессы жизнедеятельности фирмы комплексно, с учетом разумного соотнесения возможностей организации с требованиями внешнего окружения.

Управление реализацией миссии фирмы (в новом качестве) основывается на фундаментальных экономических закономерностях, которым должна соответствовать вся деятельность фирмы. Для отслеживания состояния потенциала и его изменения, управления процессами жизнедеятельности компании необходимы соответствующие организационно-экономические механизмы, обеспечивающие претворение всего задуманного в жизнь.

управление реализацией миссии фирмы (в новом качестве) основывается на фундаментальных экономических закономерностях, которым должна соответствовать вся деятельность фирмы

Литература

1. Блауг М. Философия экономической науки, или как экономисты объясняют. – М.: НП «Журнал Вопросы экономики», 2004. – 416 с.
2. Круглова Н.Ю., Круглов М.И. Стратегическое управление компанией. – М.: РДЛ, 2003. – 464 с.
3. Новиков А.В. Теоретико-методологические проблемы жизнедеятельности экономических систем: монография. – Архангельск: Изд-во Поморского ун-та, 2010. – 167 с.

pn

Alexander V. Novikov
Cand. of Econ. Sci., Associate Professor, Department of Economics and Management, Sevmashvtuz Branch, St. Petersburg State Marine Technical University

A Firm's Linking Mission in Management

Abstract

The article is devoted to the new understanding of a firm's mission in realizing an enterprise's potential to meet the current challenges of the outer economic environment. In this respect, enterprise management theory acquires wholeness and allows correlating the internal capacities of the enterprise with the external economic needs.

Keywords: firm's mission, potential, evolution, strategic management, operative management, fundamental regularities, laws of life