

т.е. непроизводственных аспектов деятельности предприятия. Кроме того, дальнейшей детализации и анализа требуют и производственные аспекты, в частности, соотношение регламентной и дополнительной информации, временные циклы в подаче этой информации лицу, принимающему решения на предприятии. При этом необходимо разделить всю функциональную информацию на предприятии на информацию для всех – нормативно-справочная информация по различным аспектам деятельности и информацию для конкретных ЛПР – первичная учетная и обобщенная до определенной степени информация.

1.Минулин С.В., Беседовский А.Н. О реализации задач управленческого учета на организационной структуре предприятия // Вісник ХДЕУ. – 2001. – № 3. – С. 99 – 103.

2.Карпова Т.П. Управленческий учет: Учебник для вузов. – М.: ЮНИТИ, 2000. – 350 с.

*Получено 14.06.2002*

УДК 658.014.1

А.П.КИСЬ

*Харьковский государственный экономический университет*

### **ФОРМУЛИРОВАНИЕ ГЛАВНОЙ ЦЕЛИ КАК БАЗОВАЯ ПРОЦЕДУРА МЕТОДОЛОГИИ ЦЕЛЕВОГО ПОДХОДА К СТРАТЕГИЧЕСКОМУ УПРАВЛЕНИЮ ПРЕДПРИЯТИЕМ**

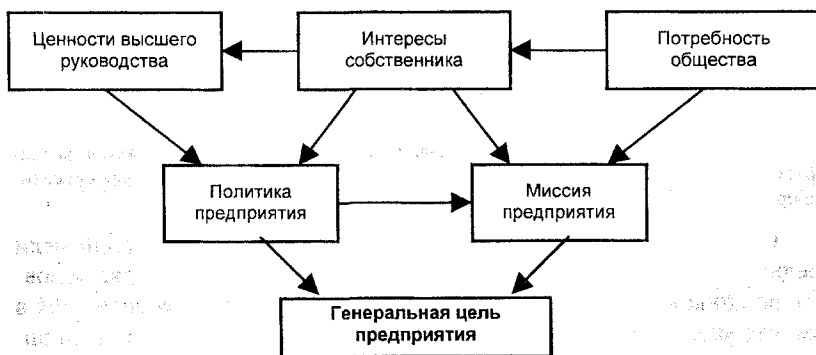
Исследуются подходы к формулированию генеральной цели предприятия, анализируется влияние различных субъектов рынка на процесс выработки основных ориентиров предприятия.

Среди ученых нет единого мнения в определении главной цели предприятия – его миссии. В настоящее время существуют два основных подхода к решению этого вопроса. Первый подход заключается в том, что миссия формулируется на основе определения места предприятия на рынке. Иначе говоря, это производство определенных товаров или услуг, ориентированных на определенные сегменты рынка. Сторонники такого подхода предупреждают от выбора узкой миссии максимизации прибыли, которой придерживаются многие предприниматели, и высказывают мнение, что прибыль лишь обеспечивает достижение поставленной цели и если предприниматель служит обществу, удовлетворяя его потребности, то прибыль он непременно получит. Таким образом утверждается, что генеральную цель компании определяют интересы потребителей. Другой подход к формулированию генеральной цели предприятия состоит в том, что главным критерием деятельности предприятия является получение дохода на вложенный труд и капитал. Сторонники этого подхода считают, что миссия, сформулированная приведенным выше образом, имеет скорее декларативный

характер и некоторый оттенок романтизма. Следовательно, главная цель предприятия определяется интересами собственника или предпринимателя.

На протяжении длительного периода истории, начиная с зарождения капиталистических отношений, в качестве основного критерия деятельности было получение прибыли, т.е. преобладал второй подход. Однако существенно изменившиеся условия конкуренции, условия производства, социальная среда, законодательство и многие другие факторы как внешней, так и внутренней среды обусловили необходимость ориентации предприятий на интересы общества.

Наше мнение заключается в том, что генеральная цель предприятия определяется одновременно и общественными потребностями, и интересами собственника предприятия, и ценностями высшего руководства. Степень их влияния обуславливается конкретными условиями каждой ситуации. Схематически модель формирования главного ориентира предприятия приведена на рисунке.



Модель формирования генеральной цели предприятия

В исключительных случаях в интересах общества посредством определенных процедур государственного регулирования может быть изменен собственник предприятия, а следовательно, и комплекс его интересов. Примерами таких ситуаций являются национализация, приватизация, монополизация.

Собственник решает многие стратегически важные вопросы на предприятии. Согласно Закону Украины "О предприятиях" руководитель компании нанимается, назначается или избирается ее владельцем (владельцами). Для акционерных обществ – одной из самых распространенных организационно-правовых форм предприятий – в Законе

"О хозяйственных обществах" сказано, что к исключительной компетенции общего собрания акционеров (т.е. собственников) относится решение следующих вопросов:

- внесение изменений в устав общества;
- утверждение годовых результатов деятельности, порядка распределения прибыли и покрытия убытков;
- создание, реорганизация и ликвидация дочерних предприятий, филиалов и представительств;
- принятие решения о прекращении деятельности общества.

На решение этих и других вопросов собственником будут влиять его интересы и ценности, а именно:

- желание получения дохода, проявляющееся в отношении к срокам отдачи, соотношению уровней потребления (распределения прибыли) и накопления (реинвестирования);
- стремление к власти и признанию, проявляющееся в отношении к уровню самостоятельности предприятия, размеру капитала, объемам продаж, контролируемой доле рынка, новаторству и причастности к престижной деятельности;
- стремление к безопасности, проявляющееся в отношении к риску;
- ориентация на выполнение некоторых социальных задач, таких как удовлетворение определенных потребностей общества или обеспечение занятости конкретных слоев населения. Этот интерес является приоритетным для государства как собственника многих предприятий.

Система интересов владельцев предприятия наряду с интересами общества непосредственно влияет на выбор миссии, а вместе с системой ценностей высшего исполнительного руководства определяет политику предприятия.

Согласно М.Мескону, миссия заключается в ответе на вопросы "Кто наши клиенты?" и "Какие потребности наших клиентов мы можем удовлетворить?". Формально миссия отражается в уставе предприятия. Однако в Украине компании на практике часто просто перечисляют всевозможные виды деятельности. Политика компании – это система приоритетов и принципов функционирования и развития предприятия, обуславливаемых интересами собственника и ценностями высшего исполнительного руководства. С учетом политики предприятия происходит уточнение и детализация миссии. Вместе политика и миссия компании определяют генеральную цель предприятия, которой при компромиссе всех интересов является выживание предприятия, в противном случае – его ликвидация или банкротство.

*Получено 14.06.2002*