

Б.И. ХОЛОД, доктор экономических наук, профессор, ректор Днепропетровского университета экономики и права

Г.Н. КОНОНЕНКО, аспирант Днепропетровского университета экономики и права

А.В. ЛАСТЕНКО, аспирант Днепропетровского университета экономики и права

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ПОСТРОЕНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ

Изменения внешней среды вызывают необходимость анализа факторов, которые во многом являются определяющими в построении и функционировании внутреннего механизма управления как конкретного региона в целом, так и отдельного предприятия – субъекта конкретной социально-экономической системы.

Сложность построения, функционирования и оценки эффективности социально-экономического и организационно-технологического механизма управления такими системами заключается в том, что отечественные предприятия находятся на стадии двойной (а то и тройной) трансформации. Прежде всего, они сталкиваются с принципиально новой внешней средой, иным механизмом, который основан на не осознанных полностью и непонятных принципах рыночных отношений. С другой стороны, принципы любой трансформации настоятельно требуют и пересмотра внутрифирменных отношений. И наконец, вся мировая наука, экономика и политика находятся в стадии перехода к построению качественно новой системы взаимоотношений, которые диктуются принципами всемирной глобализации.

Все это усложняется темпами научно-технической революции и глобализацией политических процессов, что требует от всех субъектов качественно нового механизма функционирования.

Однако следует отметить один принципиальный аспект. Все показатели и критерии, которые сегодня используют-

ся в процессе экономического анализа деятельности субъектов региона, представляют собой разрозненные элементы системы функционирования организационно-технологического и социально-экономического механизмов предприятий. Они не дают системной оценки деятельности субъектов, они не дают никакого представления о затратах, а также о многих других факторах, влияющих на финансово-хозяйственную деятельность [1]. По сути, все эти показатели представляют собой лишь фрагментарные оценки той или иной грани деятельности.

В связи с этим, для управления эффективностью функционирования внутреннего механизма и производственно-хозяйственной деятельностью предприятия, т. е. сложной социально-экономической системы, организации, объединения, в зарождающихся рыночных отношениях нужны новые подходы к проектированию не отдельного измерителя, который бы учитывал все достоинства и исключал недостатки представленных выше показателей, а строго установленной системы показателей [2].

Критерии, которые известны давно, в определенной степени решают данную проблему. Однако необходима разработка методологии построения внутреннего механизма предприятия и совокупности субъектов региона.

Учитывая вышеуказанное, рассмотрим принципиально иной подход. Подойдем к решению данной проблемы с позиции системного подхода, т. е. поста-

вим во главу угла один итоговый показатель, который далее попытаемся описать некоторым множеством показателей. Таким образом, мы создадим модель, которая так или иначе будет описывать деятельность предприятия, позволит контролировать отдельные процессы и вносить необходимые изменения в экономическую систему.

Как уже отмечалось выше, прибыль, выраженная в том или ином виде, является своего рода интегрирующим показателем эффективности деятельности предприятия. Исходя из данной посылки, предложим первую модель функционирования предприятия, которую условно назовем «факторная модель».

В основе факторной модели лежит общепринятая формула прибыли (1):

$$P = V - TC, \quad (1)$$

где P – прибыль предприятия;
 V – доходы предприятия;
 TC – расходы предприятия.

Далее разложим данную формулу на более мелкие составляющие. Например, доходы предприятия можно выразить как произведение объема реализации на цену продукции (2).

$$V = Q \cdot Pr, \quad (2)$$

где Q – объем реализации;
 Pr – цена единицы продукции.

Расходы предприятия также можно представить в виде совокупности определенных компонентов (3):

$$TC = FC + VC, \quad (3)$$

где FC – постоянные затраты на производство;

VC – переменные затраты на единицу продукции;

Q – объем реализации.

Таким образом, подставляя формулы 2 и 3 в формулу 1, получаем развернутую зависимость (4), под которую на практике уже можно выстраивать определенные задачи:

$$P = Q \cdot Pr - (FC + VC \cdot Q). \quad (4)$$

Далее переходим к определению факторов, которые так или иначе влияют на тот или иной показатель. Например, объем реализации продукции мож-

но представить как некоторую функцию с определенным количеством переменных (факторов):

1) работа отдела маркетинга, которая должна быть направлена на постоянное увеличение объемов реализации предприятия путем поиска новых направлений и оптимизации уже существующей доли рынка, соответствующего ассортимента продукции, иными словами, отдел маркетинга имеет уже три параллельных направления своей деятельности;

2) однако при этом существует ряд ограничивающих факторов на максимально возможный требуемый отделом маркетинга объем: технические ограничения по возможности производства того или иного вида продукции, а также производительности оборудования, финансовые ограничения наличием и состоянием основных и оборотных фондов, экономические ограничения по оптимальным размерам предприятия и дополнительным затратам, ограничения по наличию требуемого количества и качества трудовых ресурсов.

Таким образом, получим следующую функцию объема реализации:

$$Q = f(a * mar; b * tecn; c * fin; d * econ; e * perc), \quad (5)$$

где $a * mar$. – факторы маркетинговой деятельности;

$b * tecn$. – факторы технологического развития;

$c * fin$. – факторы финансового обеспечения;

$d * econ$. – факторы экономического состояния предприятия;

$e * perc$. – факторы развития и обеспечения производства трудовыми ресурсами;

(a, b, c, d, e) – некоторое множество факторов.

Далее необходимо детализировать каждую группу факторов до той или иной степени, но все последующие уровни детализации и их составляющие должны прямо или косвенно оказывать влияние на рассматриваемый показатель. Степень детализации можно задавать различную в зависимости от потребностей.

Естественно, что, например, факторы маркетинговой деятельности будут

возникать и в других показателях, однако это уже будут другие задачи, пусть даже прямо связанные с проблемами объемов реализации. Цена на продукцию – вторая задача для отдела маркетинга и даже в некоторой степени является функцией объема реализации, однако решаться она должна отдельно, при этом параллельно осуществляется управление факторами, контроль и ответственность за конечные результаты. Таковы условия факторной модели.

Используя методы математического моделирования и линейного программирования в частности, можно прописать все факторы, влияющие на заданный конечный показатель. Более того, в данной модели мы можем четко проследить влияние того или иного фактора по всей цепочке.

Факторная модель предприятия представляет собой четко ориентированную, жестко структурированную, с прямыми многоуровневыми вертикальными связями виртуальную модель предприятия, а в совокупности – виртуальную модель региона.

Факторная модель строится вокруг факторов, которые в той или иной степени влияют на конечный результат. Поэтому данная модель является строго

ориентированной на конечный результат. Образующая цель для коммерческих предприятий – это получение прибыли. Пути достижения данной цели могут быть различными. Конечная прибыль – интегрирующий показатель как внешней, так и внутренней эффективности деятельности предприятия. Конечно же, в современной бизнес-среде нельзя ставить целью определение максимальной прибыли предприятия в каждом конкретном периоде времени. В качестве такой цели выступает функция (5) (рис. 1):

$$y = kx + b, \quad (6)$$

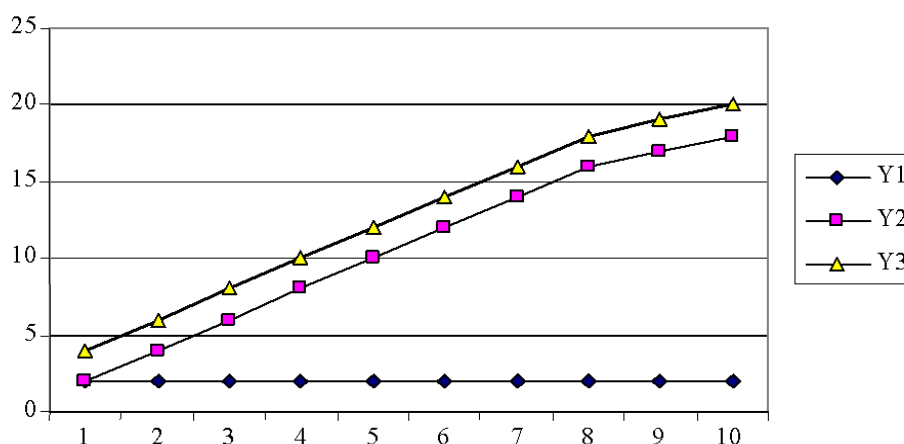
где y – итоговая прибыль;

kx – динамика роста прибыли ($k \geq 0$);

b – показатели роста потенциала рынка.

Показатели прибыли могут варьироваться в зависимости от тех или иных факторов деятельности, однако при этом с каждым отдельным периодом времени должны приближаться к заданной функции. Иными словами, предприятие должно стремиться к ней постепенно, равномерно наращивать свой потенциал на рынках и в своем развитии, как минимум, не отставать от среднерыночных показателей роста.

Факторная модель деятельности и оценки предприятия будет носить алго-



Y1 – при $k = 0$ и $b = 2$;

Y2 – при $k = 2$ и $b = 0$;

Y3 – при $k = 2$ и $b = 2$.

(значение $k = 2$ и $b = 2$ условные)

Рис. 1. Целевая функция прибыли предприятия

ритмичный характер, где практически все подчинено вертикальным связям. Эффективность предприятия, построенного по данной модели, можно будет установить с достаточной точностью, поскольку такие критерии четко определены и заданы.

В процессе построения модели автоматически выстраивается система оперативного и заключительного контроля. Здесь достаточно четко можно будет определить элемент социально-экономического механизма, который сработал наиболее успешно или, наименее успешно, а также эффективность того или иного уровня управления. Возможно также выявление недоработок не только конкретного функционального подразделения, но и конкретных функций данного подразделения. Например, отдел маркетинга в вопросах установления оптимальной цены выполнил поставленные задачи, и функция прибыли от данного фактора не пострадала. Однако были выявлены некоторые недоработки в вопросах ассортимента продукции, которые и изменили оптимальный график прибыли предприятия.

Данный принцип построения модели в определенной степени абстрагирован от многих субъективных факторов деятельности предприятия.

Однако существует несколько аспектов данного подхода к моделированию предприятия и социально-экономической системы региона.

Прежде всего, данный принцип построения модели социально-экономического механизма предприятия неприменим к организациям, которые в своей деятельности не имеют четко прописанных конечных целей в виде прибыли, а таковых достаточно множество, в т. ч. регион. Кроме того, полученная модель предприятия слишком технична, в ней недостаточно органических подсистем, ведь любая организация – это, в первую очередь, сплав органических, т. е. живых, способных самовоспроизводиться подсистем, которые ориентированы на творческий, нестандартный подход к решению задач, и механических, т. е. тех, которые выполняют функции стабильно-

сти, предсказуемости и физического обеспечения принимаемых решений. Поэтому социальная составляющая в данной модели жестко подчинена установленному порядку и логике.

Факторная модель построения механизма деятельности предприятия по своей сути слишком логична, а значит, предсказуема. Предсказуемость поведения модели может иметь негативные последствия, если конкуренты данной организации предпримут нестандартный или, правильнее сказать, нелогичный шаг. Кроме того, далеко не все процессы и события в бизнес-среде могут быть уложены в рамки структуры и логики. Такая модель будет тенденциозна, хотя вполне обоснованна.

Еще одним недостатком факторной модели можно считать чрезмерную специализацию деятельности. Координация действий в таких случаях всегда будет осуществляться не непосредственно между координируемыми аспектами, а только через верхний уровень модели, что, во-первых, усложняет процесс координации, а во-вторых, увеличивает время, необходимое на координацию.

Управление такой моделью будет носить характер целенаправленного управления процессами, а не координации действий. Где выход? Рассмотрим второй подход к построению модели социально-экономического механизма предприятия, которую можно назвать «функциональной моделью».

В основе построения механизма предприятия на основе функциональной модели лежит разделение деятельности предприятия на составляющие функциональные направления. Первоначальный тезис таков: [3] для того, чтобы предприятие функционировало, оно должно выполнить определённый объем работы, который можно разделить на ряд функций (рис. 2). Основные функциональные направления следующие:

– инженерная функция (обеспечивает проектирование новых видов продукции, производственных мощностей и процессов, приобретение и поставку необходимых для решения данных задач сырья и материалов);

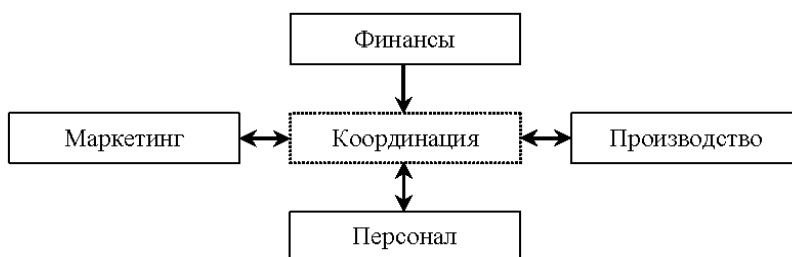


Рис. 2. Функциональные направления деятельности предприятия

– маркетинговая функция (должна обеспечивать надежный прогноз спроса на производимую продукцию и реальные заказы, кроме того, информацию о потребностях и желаниях потребителей в отношении качества продукции и ее характеристик);

– финансовая функция (для представления капиталов в необходимом количестве и в необходимое время);

– функция трудовых ресурсов (обеспечение деятельности предприятия трудовыми ресурсами в необходимом качестве и количестве);

– координационная функция (обеспечивает увязку всех функций в пространстве и во времени), ее, как правило, возлагают на экономическую службу.

Каждое из функциональных подразделений должно функционировать по следующему алгоритму, представленно-

му на рис. 3. Иными словами, каждое подразделение должно в рамках своих задач и полномочий обеспечивать жизнедеятельность предприятия. Подразделение в данном случае выступает как достаточно обособленная единица. Оно несет ответственность только за конечный результат, а все внутренние задачи – это прерогатива самого функционального подразделения.

Общая масштабная задача разбивается на множество мелких задач и подзадач, которые составляют основу для вертикального и горизонтального разделения труда внутри самого подразделения. Основные функциональные отделы разбиваются на более мелкие, которые можно охарактеризовать как вторичные или производные. Другими словами, каждое направление есть функция некоторого множества задач, подчиненных единой задаче функционального подраз-

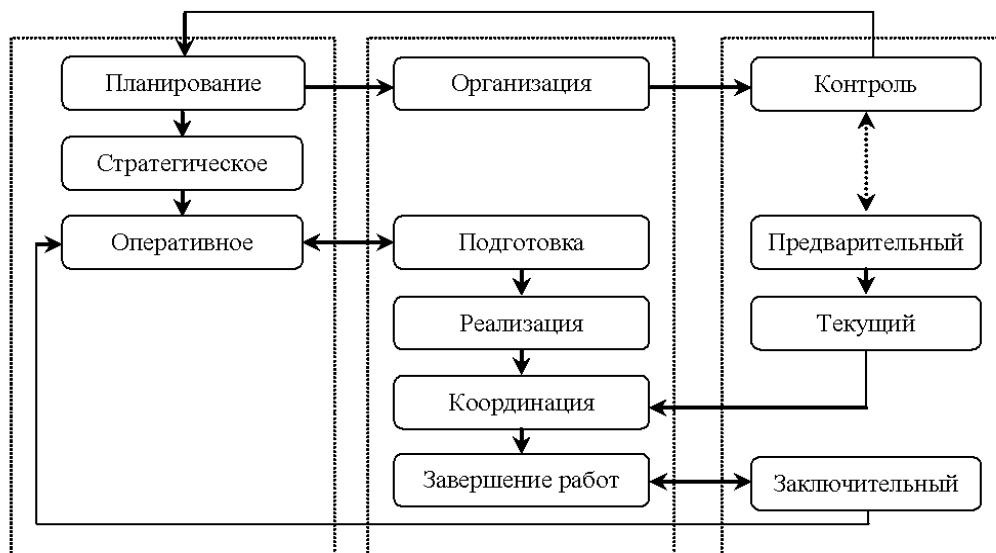


Рис. 3. Алгоритм функционирования производственного подразделения предприятия

деления. Качественное решение тех или иных задач будет отражаться на общей эффективности всего направления:

$$\begin{aligned} f(\text{ing.}) &= f(a_1; b_1; c_1 \dots n_1); \\ f(\text{mar.}) &= f(a_2; b_2; c_2 \dots n_2); \\ f(\text{fin.}) &= f(a_3; b_3; c_3 \dots n_3); \\ f(\text{per.}) &= f(a_4; b; c \dots n), \end{aligned}$$

где $a_i; b_i; c_i \dots n_i$ – некоторое множество задач того или иного функционального подразделения.

Построение предприятия по данному принципу можно осуществлять в соответствии с классическим алгоритмом:

1. Деление предприятия по горизонтали на широкие блоки, соответствующие важнейшим направлениям деятельности по реализации плана.
2. Установление соотношения полномочий различных элементов.
3. Определение должностных обязанностей как совокупности определенных задач и функций и поручение их конкретным людям.

Однако данная модель в социальном аспекте, в отличие от целевой, может строиться только по принципу западной теории менеджмента, т. е. должность – человек.

Функциональная модель ориентирована на непрерывное функционирование предприятия, на осуществление бесперебойного производственного процесса. Она строится вокруг задач, которые необходимо выполнить для того, чтобы предприятие нормально функционировало.

При такой модели построения механизма предприятия мы получим предприятие как совокупность нескольких достаточно обособленных подсистем.

Данная модель построения виртуального предприятия, в отличие от факторной модели, эффективна. Способность предприятия максимально долго функционировать – это и есть реальная эффективность. Основные составляющие данной модели направлены внутрь, т. е. ориентированы на качественное выполнение своих заданий на протяжении максимального промежутка времени. Каждая из подсистем вполне самостоятельна, однако для успешного функцио-

нирования всей модели необходимо ввести дополнительную координационную функцию.

В условиях внутренней самодостаточности возможно дублирование некоторых отдельных процессов, в противном случае будет достаточно сложно использовать эффект синергизма между функциональными подразделениями. Однако при этом будет наблюдаться максимальный эффект синергизма внутри самого функционального подразделения.

Функциональная модель построения социально-экономического механизма предприятия, по своей сути, достаточно «слепая» модель, так как отсутствует реальная и четкая цель деятельности. Мы сможем четко проследить реальный вклад (ошибки, недоработки, дополнительные возможности и т. п.) каждого функционального подразделения. Данный вклад можно будет проследить и по выполняемым задачам, однако в местах соприкосновения различных функциональных подразделений возможно наличие таких ситуаций, когда ответственность за конечный результат нести никому.

Важным преимуществом данной модели является стимулирование деловой и профессиональной активности каждого элемента механизма: конкретного функционального подразделения или даже отдельного работника. Однако при этом отделы могут быть заинтересованы прежде всего в реализации своих собственных целей и задач, что будет усиливать потенциал конфликтности между функциональными подразделениями.

Функциональная модель наиболее гибка в плане организации деятельности предприятия и построения его организационной структуры. Это возможность построения функциональной, линейно-функциональной организационной структуры. Кроме того, если предприятие достаточно крупное, в качестве первичных функциональных направлений могут выступать товары (построение по торговым маркам, финансово-промышленные группы), потребители (учебные заведения, коммерческие банки, страховые компании), регион (сбытовые ком-

пании, некоммерческие организации, например, Администрация Президента) [3].

Однако следует отметить, что построение социально-экономического механизма функционирования деятельности предприятия не ограничивается только факторной и функциональной моделями. Мы также можем использовать другой подход, в основе которого лежит система целей предприятия, и назвать его «целевая модель социально-экономического механизма деятельности предприятия».

В основе целевого подхода построения модели лежит система целей организации. Цели, как известно, – конечное состояние, или результат, к которому стремится предприятие. В отличие от факторного подхода, где в качестве конечного результата анализируется та или иная функция прибыли, целевой подход может иметь различную направленность. В общетеоретическом плане систему целей любого предприятия можно представить в следующем виде (рис. 4).

Первый и второй уровни системы целей возникают при создании организации и существуют совместно с ней. Они не могут быть изменены. Именно этот факт придает данной модели некоторую условную объективность и стабильность.

Цели третьего уровня, или организационные, – это цели, которые выстраивает высшее руководство организации.

Можно выделить некоторые этапы построения системы целей. Следует отметить, что каждый нижний уровень целей по отношению к верхнему – не просто цель, а еще и задача, которая сформулирована в обобщенном виде. Поэтому следует учитывать, что каждый нижний уровень по отношению к верхнему есть не просто цель, а цель-задача.

По своей сути целевая модель близка к процессу планирования. Цели устанавливаются, как правило, исходя из состояния переменных внешней среды с учетом состояния переменных внутренней среды.

Построение модели наиболее целесообразно согласно западной теории менеджмента, т. е. установление целей сверху вниз, при этом каждый нижний уровень целей вытекает из верхних уровней и подчиняется им. Однако как учебный вариант можно использовать модель согласно восточной теории менеджмента, т. е. построение системы целей снизу вверх.

Параллельно системе целей выстраиваются также система задач и технологическая система, т. е. система способов

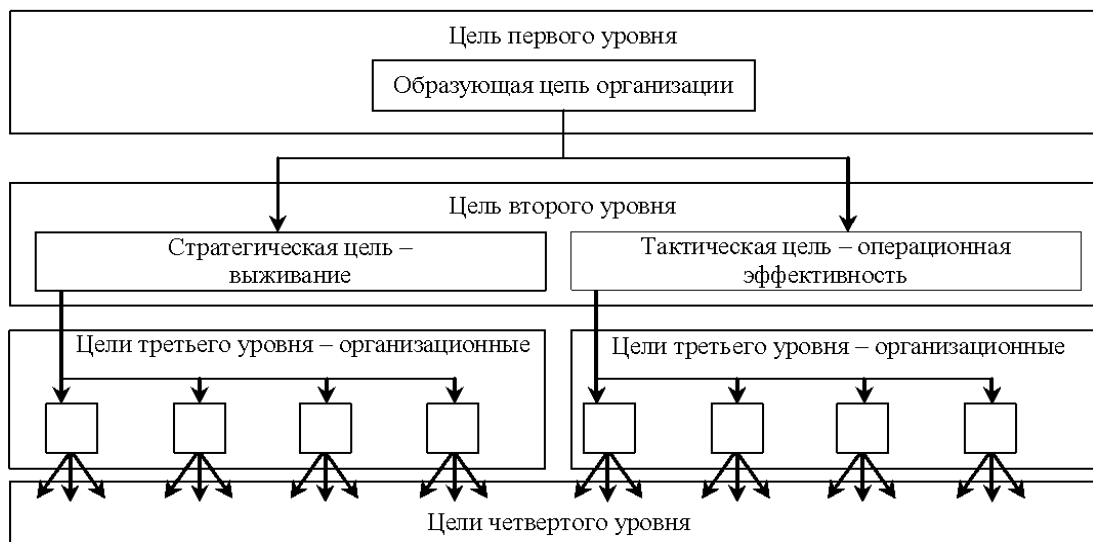


Рис. 4. Построение системы целей предприятия

решения тех или иных задач. Целевая модель в своем развитии как частный случай может быть построена аналогично функциональной или факторной и, таким образом, смягчит некоторые их недостатки. Однако при этом возникают новые проблемы, например, из-за субъективности целевой модели по сравнению с факторной моделью увеличится степень риска.

Социально-экономический механизм построен таким образом, что каждый элемент должен не только решать поставленные перед ним задачи (искать оптимальную технологию), но и самостоятельно выстраивать систему целей, т. е. задавать направление развития как отдельных участков, так и всей модели.

Построение модели механизма функционирования предприятия на основе целевого подхода ориентировано, прежде всего, на наличие навыков опережающего управления, а не реактивного.

Данная модель является наиболее гибкой по сравнению со всеми остальными. Цели организации теоретически могут быть изменены в любой момент и в любом направлении, другой вопрос – насколько это целесообразно. Целевая модель является наиболее гармоничной, она не тенденциозна, здесь можно в максимальной степени использовать инициативность и творческий подход. В предыдущих моделях движение было от достигнутого, что к понятию «тенденциозность» добавляло и понятие «инертность». Наряду с данным подходом, ко-

торый присущ скорее восточному типу менеджмента, в целевой модели можно работать от ситуации вокруг самой организации. Для управления целевой моделью можно в полной мере использовать систему управления по целям или как производную управления по результатам.

Однако при этом данная модель наиболее субъективна. Согласно последним теоретическим разработкам в менеджменте, организация не имеет своих целей, цели есть у руководства. Каждый новый человек видит по-своему деятельность и развитие организации, а потому ставит свои цели. Каждый человек имеет свои особые установки, ценности, уровень образования, что, так или иначе, сказывается на постановке целей. Как видим, общие цели, не зависящие от исполнителей существуют только на первых двух уровнях, однако эти уровни, как правило, существуют только в теории, а на практике лишь подразумеваются.

Целевая модель предприятия будет слабо структурированной и практически не иметь стандартного классического построения, что предполагает повышенную нестабильность и риск. Кроме того, система целей должна отображать реальное состояние и окружение организации, т. е. менеджеры должны адекватно воспринимать ситуацию (рис. 5). Чем больше разрыв между реальной ситуацией и системой целей, тем большим будет риск.

В данной модели построения и функционирования социально-экономического механизма предприятия социальный

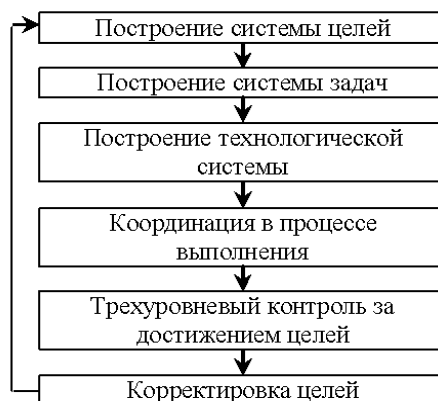


Рис. 5. Алгоритм построения системы целей предприятия

аспект максимально усилен, однако при этом порождает свои специфические проблемы.

Список использованной литературы

1. Шамилева Л.Л. Методические подходы к разработке интегрального показателя уровня социального риска / Л.Л. Шамилева, В.В. Лепа // Вісник Донецького національного університету. – Серія В. Економіка і право. – 2001. – Вип. 1. – С. 57–61.
2. Риски в современном бизнесе / П.Г. Грабовый, С.Н. Петрова, Полтавцев С.П., К.Г. Романова. – М.: Аланс, 1994. – 237 с.
3. Ткаченко В.А. Умови невизначеності в управлінні складними соціально-економічними системами / В.А. Ткаченко, С.І. Чимшит // Вісник економічної науки України. – 2006. – № 2(10). – С. 154–161.