

УДК 657

Шафалюк О.К.

ДВНЗ “Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана”

ОРГАНІЗАЦІЯ АНАЛІТИЧНОЇ РОБОТИ НА ПІДПРИЄМСТВІ З ВИКОРИСТАННЯМ МАРКЕТИНГОВИХ МЕТОДИК МОНІТОРИНГУ, ДІАГНОСТИКИ І АУДИТУ

© *Шафалюк О.К.*

В роботі розглянуто особливості та методичні підходи до організації процедур і узгодження інтересів користувачів результатами моніторингу, діагностики та аудиту в системах стратегічного управління.

The paper discusses the characteristics and methodological approaches to the organization of procedures and harmonization of the interests of users of the results of monitoring, diagnostics, and auditing systems of strategic management.

В работе рассмотрены особенности и методические подходы к организации процедур и согласования интересов пользователей результатам мониторинга, диагностики и аудита в системах стратегического управления.

Вступ. На початку третього тисячоліття Україна докладає багато зусиль до інтеграції в сучасну європейську та світову співдружність. Цей факт безпосередньо пов'язаний з необхідністю доведення до високого рівня всіх сфер економічного життя країни. Українські підприємства перебувають на дуже складному етапі свого розвитку. Поряд з економічною кризою йдуть процеси накопичення досвіду в галузі управління, нових форм господарювання, в області управління кризовими ситуаціями. Важливою проблемою управління організацією є формування та збереження її конкурентоспроможності в умовах постійних змін зовнішнього середовища.

Постановка задачі. Метою роботи є розгляд особливостей та методичних підходів до організації процедур та узгодження інтересів користувачів результатами моніторингу, діагностики та аудиту в системах стратегічного управління.

Результати дослідження. Протягом ХХ століття зростаюча нестабільність оточення вимагала від організацій розробки більш складних та деталізованих систем управління. Кожний етап якісного

переходу до нової концепції управління характеризувався різкими змінами на макро- та мікроекономічному рівні. Еволюційне ускладнення завдань управління та системних рішень призвели до виникнення ряду спеціальних методичних підходів як до організації виробничо-комерційної діяльності підприємств, так і до системи управління ними (рис. 1) [1, 2, 3, 4].

Поряд з ресурсною, інформаційною, поведінковою концепціями організації домінуючим є підхід до організації як до відкритої соціально-економічної системи. Середовище функціонування організації як відкритої соціально-економічної системи стає, таким чином, визначальним фактором її існування та одним з головних визначників системи управління.

В якості механізму управління стратегічний моніторинг, діагностика і аудит являють собою цільову підсистему стратегічного управління координаційного типу з комплексом взаємопов'язаних функцій аналізу, діагнозу, оцінки та прогнозування стану середовища організації (рис. 2).

Стратегічний моніторинг, діагностика і аудит як механізм управління визначають методи дослідження середовища функціонування організації, що втілюються у різних формах та видах сполучення кількісного та якісного стратегічного аналізу (рис. 3). Сутність досліджень окремих складових середовища організації за таких умов полягає у формуванні передумов та інформаційної бази адекватної реакції організації на зміни в оточенні, що також формалізує функцію дослідження середовища. Цілеспрямований аналіз окремих сегментів середовища організації знаходиться в прямій залежності від способів його структуризації, що обумовлює необхідність врахування наявних моделей середовища.

Сучасні формати маркетингової діяльності підприємств передбачають надзвичайно велике коло потенційних користувачів результатами стратегічного моніторингу, діагностики і аудиту і які суттєво впливають на конкретні результати функціонування бізнесу.

Упорядкування векторів спрямованості аналітики, а також її результатів вбачається доцільним використовувати здобутки поняття «стейкхолдери» — певним чином зацікавлені у діяльності учасників ринку суб'єкти, напрацювання і систематизації відповідної концепції [5, 6, 7, 8].



Рис.1. Логіко-структурна схема концептуальних підходів до досліджень середовища організації

Основними стейкхолдерами підприємства є: інвестори, що вкладають у компанію свій капітал з певною часткою ризику з метою одержання доходу на нього; кредитори, які тимчасово надають підприємству позичку в обмін на деякий наперед установлений дохід, і зацікавлені в інформації, яка дозволяє їм визначити, чи будуть своєчасно здійснені виплати за кредитом; менеджери підприємства, оскільки фінансова інформація дозволяє зробити найдостовірнішу

оцінку ефективності управління підприємством; працівники підприємства, зацікавлені в одержанні інформації про здатність підприємства своєчасно виплачувати зарплату, проводити пенсійні й інші виплати; постачальники, зацікавлені в інформації, що дозволяє їм визначити, чи своєчасно виплатять належні їм суми; споживачі (клієнти підприємства), зацікавлені в стабільності поставок і, як наслідок, у фінансовій респектабельності підприємства; суспільні і державні організації, оскільки від успішного функціонування підприємства залежить добробут економічної інфраструктури регіону.

У міру розвитку теорії стейкхолдерів до кола зацікавлених осіб долучаються дедалі нові категорії людей. Нині термін «стейкхолдер» часто використовується в його метафоричному значенні, наприклад, щодо осіб, що мають право на громадські свободи і зацікавлені в поважанні цих свобод з боку влади. Тобто значення розширилося за рамки суто корпоративної етики і вже «проросло» в галузь громадянського суспільства. І якщо стейкхолдерами демократичного режиму є всі громадяни, то стейкхолдерами режиму недемократичного — група привілейованих осіб, оскільки такий режим решті громадян відмовляє в правах стейкхолдерів. І цей аспект розвитку теорії має нетривіальне значення для бізнесу, сучасної маркетингової практики, на що ми ще звернемо увагу під час розгляду ціннісно-нормативного, а також інституційного і стратифікаційного підходів.

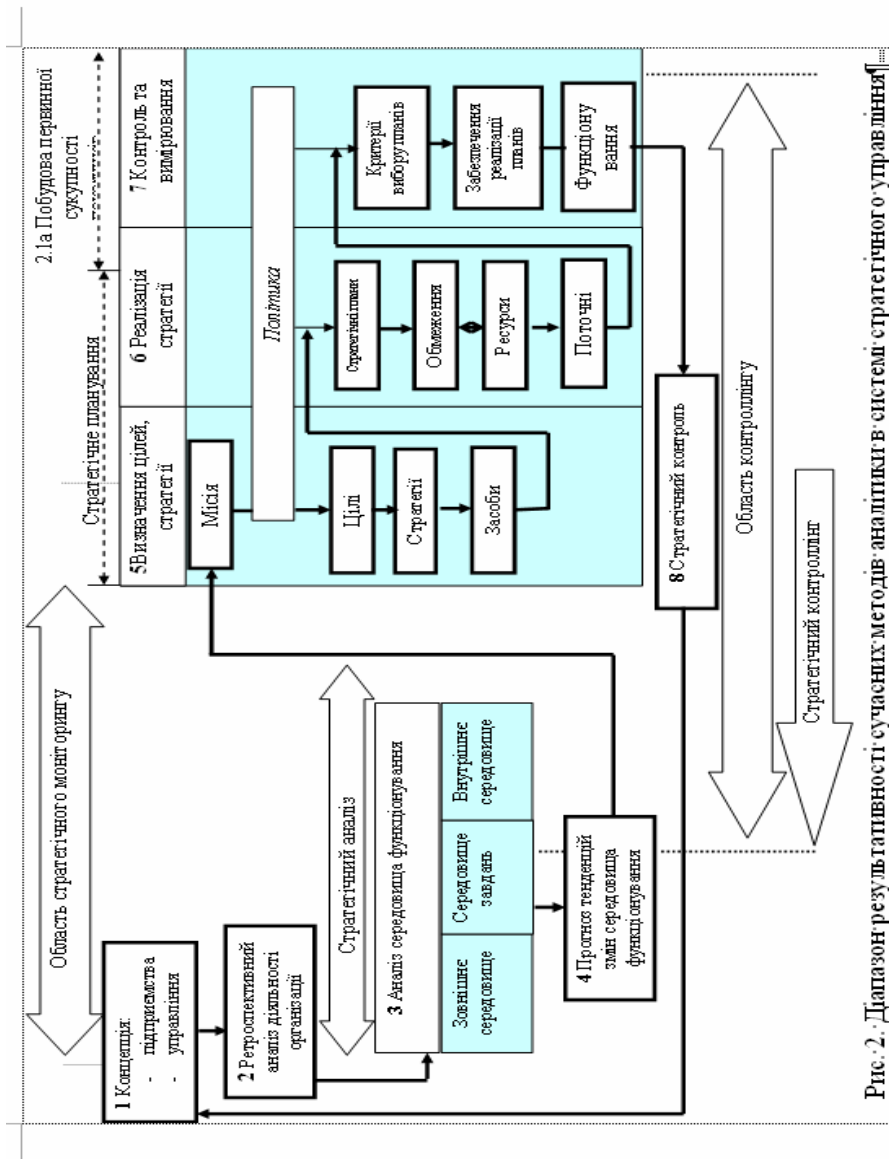


Рис. 2. Діапазон результативності сучасних методів аналітики в системі стратегічного управління

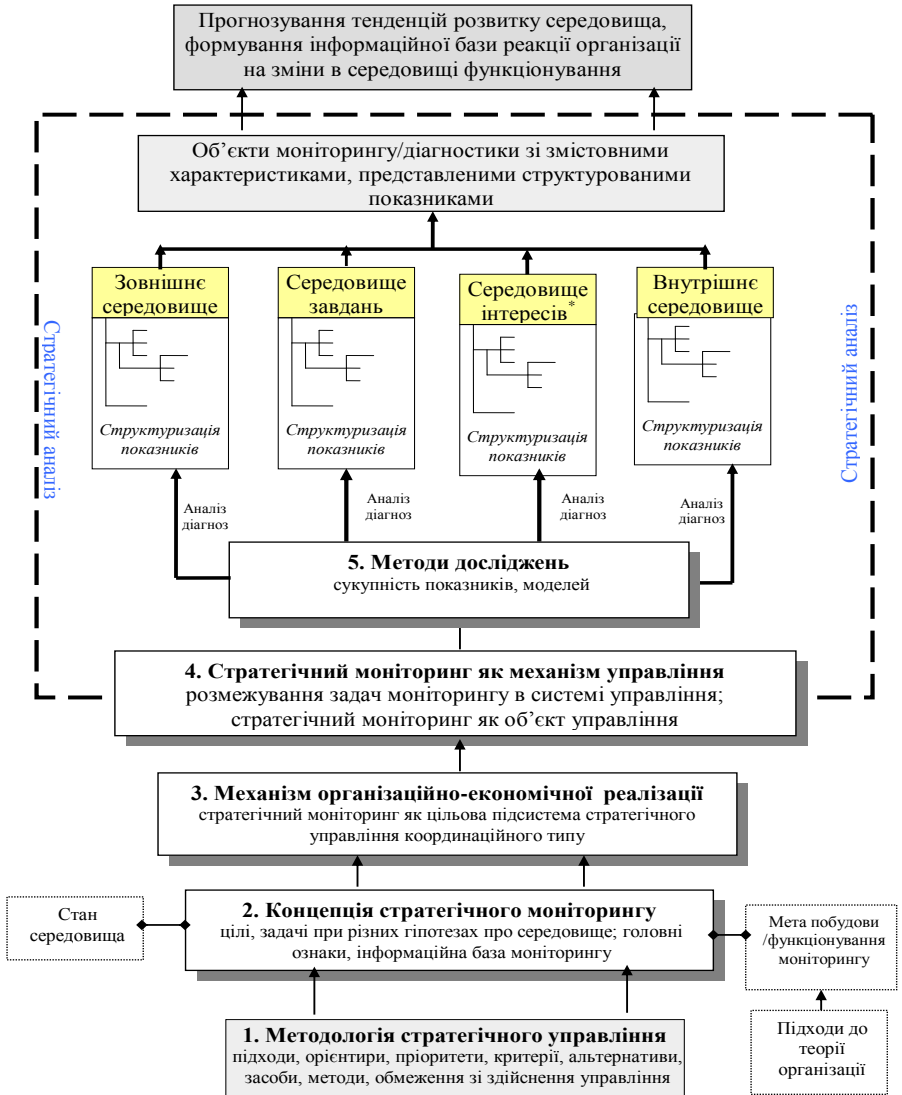


Рис. 3. Методичний базис концепції моніторингу, діагностики і аудиту стратегій в маркетингу

Ринкова економіка — це економіка приватної ініціативи. Її розвиток забезпечується реалізацією приватних інтересів, які часто ортогональні соціальній справедливості. Проте розвиток економіки глибоко взаємозв'язаний з панівними в суспільстві соціальними відносинам. Бізнес не може діяти ізольовано від суспільства, оскільки він — частина соціуму. Останньому відводиться роль творчої першооснови («інноваційна», «модернізаційна» і «розвивальна» функції), а також функція підтримки інших джерел творчості й ініціативи.

Державно-політичній системі відводиться роль генератора «національної ідеї» і «національного проекту», гаранта суспільної стабільності, безпеки людей і прав власності, а також інструменту мобілізації ресурсів у загальнонаціональному масштабі. Коли держава не здатна повноцінно розв'язувати соціальні завдання, цю функцію частково перебирає на себе комерційний сектор: розвивається цивілізована добродійність, підтримка соціальних проектів і програм. І навпаки, держава є одним з найважливіших системотвірних елементів, що бере на себе роль гаранта прогресу нації.

Світовий досвід доводить, що одним з напрямів застосування нової моделі конкуренції є соціальна сфера, яка відкриває широкий спектр ділових можливостей. У полі дії законів глобального ринку соціальна відповідальність не тотожна добродійності. Соціальна відповідальність в очах громадськості (включаючи бізнес-співтовариство) виражається в оцінці репутації, гідності, відповідальності організації. Їх зміни відбивають соціальну стратегію компанії. Остання документально оформляється в так званій соціальній звітності, яка сьогодні в розвинутих країнах серйозно впливає на взаємодії бізнесу і суспільства. Очевидно, що при її реалізації компанії розвивають не тільки економічний капітал, але й так званій природний капітал, соціальні активи, що забезпечують збереження варіативності у розвитку.

Розширення можливостей залучення до економічного аналізу, у тому числі на базі трансакційних порівнянь «неринкових» систем, стало значним внеском теорій «стейкхолдерів», тісно пов'язаних з інституційною теорією, в економічну науку. Відносно нові методичні підходи до підвищення управлінської практики, які розглянуто в статті: моніторинг, діагностика, аудит — сприяють повноцінній

реалізації «влади споживача», що передбачає постійну спостережну діяльність і управління, відповідає за результати та всі аспекти визначеної суспільством траєкторії розвитку [9, 10].

Висновки. Середовище функціонування організації як відкритої соціально-економічної системи стає визначальним фактором її існування та одним з головних визначників системи управління. Вплив тих чи інших чинників середовища на організацію, різні критерії оцінки такого впливу обумовили виникнення низки методів, спрямованих на дослідження окремих складових середовища. У загальному вигляді такі методи можуть бути віднесені до стратегічного аналізу.

У розвинених і соціально орієнтованих системах господарювання надзвичайно актуальними і поширеними є аналітичні практики стратегічного моніторингу, діагностики і аудиту, які є необхідною передумовою запровадження управління за цілями й управління за результатами, що досягаються через організацію елементів процесу в логічній структурі, за якою витрати (ресурси) визначені як засоби, необхідні для здійснення результативної діяльності.

Список використаних джерел:

1. Андрушко О.Б. Аналіз моделей діагностики кризового стану та загрози банкрутства підприємства // Вісник Національного університету “Львівська політехніка”. “Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку”.– Львів: Національний університет ”Львівська політехніка”.– 2005.– 547.– С. 9-12.
2. Рагушний Ю.М. Системний моніторинг показників в теорії управління організацією // Економіка: проблеми теорії та практики. Збірник наукових праць.- Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2002.-Вип. 151.-С.94-103.
3. Рагушний Ю.М. Методологічні основи системи стратегічного моніторингу // Проблеми формування ринкової економіки: Міжвідомчий науковий збірник. Заснований у 1992 році. Відп. редактор С.Ф.Покропивний. Випуск 8. – К.: КНЕУ, 2000.-С.149-157.
4. Багриновский К.А., Хрусталеv Е.Ю. Методологические основы построения модельной информационно-аналитической системы планирования и реализации крупных социально-экономических проектов и программ. // Экономика и математические методы.-1976.- Том 33, Вып. 2.-С.43-48
5. Brenner S. N. stakeholder theory of the firm: Implications for business and society theory and research / S. N. Brenner, P. A Cochran // Proceedings of the International Society for Business and Society. - 1991 p. 449—467.
6. Clarkson M.B.E. A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance / M.B.E. Clarkson // Academy of Management Review. —

1995. — № 20. — р. 92—117.

7. Hemmati M. Multi-Stakeholder Processes for Governance and Sustainability — Beyond Deadlock and Conflict / M. Hemmati. — London: Earthscan, 2001. — 278 p.

8. Стиглиц Дж. Quis custodiet ipsos custodes? Неудачи корпоративного управления при переходе к рынку / Дж. Стиглиц // Экономическая наука современной России. — 2001. — № 4. — С. 108—140.

9. Программа OECD, SIGMA. Управление государственными расходами: Справочник для стран с переходной экономикой / под ред. Р. Алена, Д. Томмаса. — Париж, 2001. — С. 123.

10. Отчет «Бюджетирование по результатам: краткое изложение» / под ред. Альфреда Бретшнайдера, Вильгельма Ройтерсвэрда. — М: ТАСИС, 2002. - 17 с.