



УДК: 658.01

Гонтарева І.В., канд. екон. наук

доцент, Харківський національний економічний університет

ОБ'ЄКТИВІЗАЦІЯ ЦІЛЕЙ ПРИ ПРОГНОЗУВАННІ ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Обґрунтовано необхідність об'єктивізації цілей на всіх етапах функціонування і розвитку підприємства. Запропоновано "трикутник об'єктивізації цілей" розвитку підприємства, котрий містить інституційні норми, об'єктивні знання і суб'єктивні уявлення, що дозволяє використовувати різні методи для об'єктивного вибору стратегії ефективного розвитку підприємства.

Цілеспрямованість функціонування підприємства передбачає об'єктивну необхідність формування цілей. При цьому не існує виробничої системи, однаково ефективною для всіх цілей і всіх станів зовнішнього і внутрішнього середовища, а межа доцільності в соціально-економічних системах має сенс при співвідношенні об'єктивної суспільної потреби (вимоги надсистеми, куди підприємство входить як підсистема) і суб'єктивної мети, поставленої учасниками підприємства. Прогресивний і стабільний розвиток підприємства можливий лише при відповідності суб'єктивно встановлюваних цілей діяльності конкретним умовам здійснення цієї діяльності, об'єктивним закономірностям і принципам існування складних соціальних, економічних і науково-технічних процесів. Відповідно виникає проблема об'єктивізації цілей розвитку, що формуються суб'єктами управління на основі оцінки довгострокової ефективності підприємства.

Дослідженню сучасних тенденцій розвитку соціально-економічних систем присвятили свої праці Нобелівські лауреати Р.Лукас, Р.Солоу та К.Ерроу. Велике значення мають праці таких вітчизняних учених, як О.Амоша, В.Геєць, М.Згуровський, Ю.Лисенко, В.Пономаренко та інших. Більшість загальноновизнаних результатів у цій сфері отримані для макро- та мегарівнів, однак нормальне функціонування національних економік без об'єктивізації цілей при прогнозуванні ефективного розвитку його основних елементів – підприємств, неможливе.

Метою статті є показати, як формується інтерактивний механізм з урахуванням ризику узгодження суб'єктивних цілей і об'єктивних потреб при прогнозуванні ефективного розвитку підприємства в довгостроковій перспективі.

Економічну ефективність як суб'єктивну категорію переважно розглядають зарубіжні економісти, котрі представляють ефективність як відношення для суб'єкта оцінки між цінностями результату і витратами на його досягнення. Як указує А.Маршалл, багато керівників виходять у своїй діяльності



швидше із змагальних, а не економічних міркувань [1, с. 69]. Із таким підходом можна частково погодитися. Мотиви, що відображають особисту зацікавленість як сукупність уявлень про задоволення і пріоритетність життєво-важливих потреб, є активним чинником виробництва, що впливає на рішення, котрі приймаються керівництвом, і рівень їхнього виконання персоналом підприємства. Але мотив – це усвідомлена спонука. Економічний мотив як елемент виробничих стосунків включає суб'єктивне сприйняття відношення можливих результатів при існуючих у розпорядженні реальних ресурсів і міри задоволення своїх потреб. У комплексі з оцінкою загальної соціально-економічної ситуації – як на підприємстві, так і поза ним – мотив формує рівень зацікавленості учасників господарської діяльності у кінцевому результаті. При цьому необхідно, щоб суспільний інтерес поєднувався з особистою господарською зацікавленістю, а це можливо, коли об'єктивне превалює над суб'єктивним.

Поняття "мета" містить безліч аспектів: а) мета як ідеальне устремління (мрія – це мета, не забезпечена засобами досягнення); б) мета як мотив діяльності; в) мета як запланована дія, його очікуваний результат. Одночасно для опису процесу діяльності підприємства може служити безліч цілей і результатів.

Які б цінності і моральні принципи не враховувалися при обґрунтуванні вибору цілей розвитку, їхня об'єктивізація здійснюється за допомогою формальних і неформальних управлінських рішень і дій, що базуються на цих оцінках та змінюють стан реальних відтворювальних процесів. Рішення будуть правильними, якщо визначення цілей в них порівнюватиметься з об'єктивними системними потребами і можливостями, а також впливом зовнішнього середовища: рівнем науково-технічного прогресу, пануючими тенденціями організації економічного життя, геополітичними обставинами тощо.

Як показує статистика, відсутність об'єктивізації цілей спричинює такі результати. Аналіз виконання понад 23 тис. проектів у 364 американських корпораціях показав: 16,2% їх завершено у термін, запланований бюджет не перевищено і всі необхідні функції і можливості реалізовано; 52,7% завершилися із запізненням, витрати перевищили запланований бюджет, необхідні функції не були реалізовані в повному обсязі; 31,1% було анульовано до завершення. У випадку проектів, які завершилися із запізненням або були анульовані до завершення, виявилось, що бюджет середнього проекту перевищений на 89%, а термін виконання – на 122% [2].

Одним із етапів вибору напряму розвитку підприємства є оцінка його ефективності, котра залежить від її суб'єкта і його суб'єктивної можливості відображати реальність, – у тому значенні, що суб'єкт якоїсь частини об'єктивної інформації не знає, якійсь не довіряє, частини не розуміє зовсім, частину інтерпретує по-своєму. Іншими словами, суб'єкт оцінює, наскільки ця система добра (оптимальна) для нього, а не наскільки вона ефективна



в реальних умовах. У цьому плані виділяють дві концепції поняття властивості: а) атрибутивну, яка відображає стосунки в системі суб'єкт-об'єкт: властивості в ній виступають як результат пізнання суб'єктом будь-якої ознаки об'єкта; б) функціональну, яка відображає взаємодію в системі об'єкт-об'єкти його зовнішнього середовища: властивість у ній виступає як інформація про результати такої взаємодії.

Серед безлічі характеристик суб'єкта, що впливають на оцінку, яка ним виноситься, в теорії оцінювання виділяють такі [3, с. 22–30]:

а) положення суб'єкта по відношенню до об'єкта. За цією ознакою оцінки бувають аксіологічно (ціннісно) внутрішніми і аксіологічно зовнішніми. Якщо суб'єкт (керівники, фахівці) знаходиться у складі системи і використовує оцінку для управління нею, то це буде аксіологічно внутрішньою оцінкою. Якщо суб'єкт оцінки й перебуває поза господарською системою (споживач, експерт, ревізор), то і оцінка буде аксіологічно зовнішньою. У економічній науці це положення знайшло відображення в наявності бухгалтерського (зовнішнього) і управлінського (внутрішнього) обліку. При аксіологічно внутрішній оцінці необхідно також враховувати матеріальні умови діяльності, починаючи з рівня оплати і до комфортності робочого місця;

б) міра адекватності цілей оцінки, поставлених суб'єктом, системної обумовленості ефективності. Якщо реалізація цілей оцінки може мати значні наслідки як для суб'єкта, так і для об'єкта, то складність оцінки повинна відповідати і складності вирішуваних завдань і складності об'єкту оцінки. Оцінку ефективності не можна ні спрощувати, ні ускладнювати понад необхідність. У будь-якому випадку це веде до втрати якості рішень, що базуються на цій оцінці. Ізольованість розгляду окремих властивостей об'єкта визначає клас елементних внутрішніх оцінок, а оцінка в системному оточенні – системно зовнішніх оцінок. Адекватність мети оцінки залежить від здобутої спеціальної освіти, досвіду роботи і його інтелектуальної активності;

в) структура стосунків у групі, що виконує оцінку ефективності. Навіть якщо формально оцінку ефективності здійснює одна особа, то у будь-якому випадку необхідна вихідна інформація, що представляють різні служби підприємства. Обсяг і точність цієї інформації залежать від статусу того, кому представляється ця інформація, соціальної самосвідомості й того, які наслідки спричинять отримані оцінки для особи, що надає інформацію. Повнота досягнення групових цілей персоналу підприємства і його соціального оточення (акціонери, споживачі, державні органи) за рахунок комунікативних компетенцій підвищує точність і своєчасність оцінки.

На думку автора, згідно з теорією оцінювання всі три характеристики суб'єкта так або інакше зав'язані на професіоналізмі і компетентності оцінювача. Уведення в характеристику суб'єкта оцінки поняття професійної компе-



тентності дозволяє розділити поняття суб'єктивної оцінки – як рівня ситуативного розуміння суб'єктом об'єктивної складності ефективності з суб'єктивізмом – бажанням суб'єкта отримати необхідний йому за якимись причинами результат оцінки. Зокрема, одним із показників ефективності підприємства для частини зовнішніх стейкхолдерів (інвесторів, кредиторів, покупців, страховиків) є вартість бізнесу. При цьому вартість одного і того ж підприємства у той самий період часу, але для різних ситуацій буде різною: а) ринкова – найбільш вірогідна ціна, за якою господарюючий об'єкт може бути відчужений на відкритому ринку в умовах вільної конкуренції; б) вартість об'єкта для цілей оподаткування – розрахунок податкової бази відповідно до положень нормативно-правових актів; в) страхова вартість – вартість, визначена положеннями страхового поліса або контракту; г) інвестиційна вартість – оцінка вартості, визначена, виходячи з його прибутковості для конкретної особи при заданих інвестиційних цілях тощо. Кожна з цих оцінок буде хоч і різною, але одночасно або об'єктивною, якщо застосовувати науково обґрунтовані методи, котрі враховують характеристики об'єкта і конкретної ситуації, або суб'єктивною, якщо не враховувати об'єктивну реальність. Хоча слід знову уточнити, що і в першому випадку є певна доля суб'єктивізму, обумовлена неповнотою інформації, похибками методик оцінювання і, відповідно, необхідністю експертних прогнозів і висновків.

У широкому значенні під метою автор розуміє сукупне уявлення власників, менеджерів і персоналу підприємства про необхідний, бажаний і можливий результат його функціонування, закріплений у планових рішеннях і діях щодо їхнього здійснення. Для результативності мета має бути визначена у "вузькому" значенні – формалізована за допомогою одного або декількох часткових показників.

Через початкову відмінність потреб учасників виникає необхідність в об'єктивізації цілей – процесі зближення вимог системи, що стоїть вище, цілей встановлених і тих, котрі досягаються учасниками підприємства. З точки зору персоналу і його організаторів підприємство є інструментом для задоволення їхніх матеріальних і духовних потреб, які вони не можуть отримати самостійно. У сучасному суспільному виробництві широко розвинена спеціалізація і практично відсутнє натуральне господарство, тому задоволення власних потреб так чи інакше пов'язане із задоволенням ще чийось потреб. У цьому плані підприємство служить формою організації спільної діяльності структурованої групи людей, які, виходячи з особистих потреб, вкладають свої матеріальні, фінансові і людські ресурси у виробництво з метою отримати достатню частку у кінцевих результатах цієї діяльності. Розподіл результатів між учасниками має на увазі компроміс, відмову від частини індивідуальних претензій і, як наслідок, виникнення особових, міжособових і групових конфліктів цілей.



Проблема об'єктивізації цілей як чинник підвищення результативності і, отже, системної ефективності процесу функціонування і розвитку соціально-економічної системи (підприємства) розглядається в літературі з різних точок зору. Найбільш опрацьованою концепцією, особливо для систем масового обслуговування, є визначення вірогідності досягнення мети [4, с. 65–66]. Проте для практичних завдань господарської діяльності підприємства обчислення показника міри вірогідності досягнення цілей, виходячи з теорії черг, наштовхується на умову, що важко досягається, – необхідність здобути розподіл вірогідності результатів значної кількості нечастих із статистичної точки зору подій. Досить часто об'єктивізація представляється як заміна евристичних рішень розрахунковими і логічними процедурами, зокрема принципом мінімуму евристик [5, с. 273–277]. Проте на сучасному етапі розвитку суспільства ухвалення рішень стосовно соціально-економічних питань без участі людини недоцільне і неможливе. Понад те, при вирішенні складних проблем такого характеру число евристик зростає і тому в літературі описано декілька інструментів підвищення об'єктивізації цілей, котрі задають правила вибору цілей в умовах невизначеності та в результаті використання експертних оцінок і евристичних рішень. Серед них можна виділити: а) метод ПАТТЕРН (PATTERN – Planning Assistance Through Technical Evolution from Relevant Number – допомога плануванню за допомогою відносних показників технічної оцінки), де кінцева мета формується й уточнюється при її структуризації за допомогою дерева цілей і комбінації пошукового та нормативного прогнозування. Недоліком даного методу є відсутність чітких принципів виділення початкової області дослідження і способів її декомпозиції; б) процес структуризації функції якості, де на початку виявляються основні вимоги споживачів до якості продукції, потім ці вимоги за допомогою "будиночків якості" трансформуються у вимоги до якості розробки, виробничого процесу й способів управління. Недолік – процес структуризації функцій якості в основному орієнтований на технічну продукцію; в) магічний трикутник менеджменту, у якому параметри проекту – якість, терміни, бюджет вважаються жорстко взаємопов'язаними, тож при зміні будь-якого параметра необхідно змінювати й інші. Недолік – цей трикутник орієнтований в основному на оперативну діяльність. Говорячи про недоліки цих методів, автор має на увазі швидше межі їхнього застосування в єдиному циклічному процесі об'єктивізації цілей, який починається з виявлення домінуючих потреб суспільства та учасників задоволення цієї потреби і після одержання конкретного результату та оцінок її якості, повертається у вихідну точку (рис. 1).

Процес об'єктивізації цілей відбувається на всіх етапах забезпечення цілеспрямованої діяльності підприємства: а) при визначенні цілей – передбачення сценаріїв розвитку внутрішнього і зовнішнього середовищ соціально-економічної системи. Причому на цій стадії більше уваги приділяється саме

зовнішньому середовищу. У всякому разі сценарії є вірогідними і тому вносять значну невизначеність при прийнятті рішень на наступних етапах; б) при вирішенні проблеми – за рахунок пошуку стратегічного компромісу між пошуковим і нормативним прогнозуванням, з урахуванням ризиків, привнесених невизначеністю розвитку подій. На цій стадії особлива увага приділяється прогнозуванню розвитку зовнішнього середовища та вирішується завдання – приймати чи не приймати на себе ризики невизначеності; в) остаточне тактичне узгодження цілей і засобів їхнього досягнення відбувається під час планування господарської діяльності підприємства, контролю кінцевих результатів і коригування прийнятих рішень.

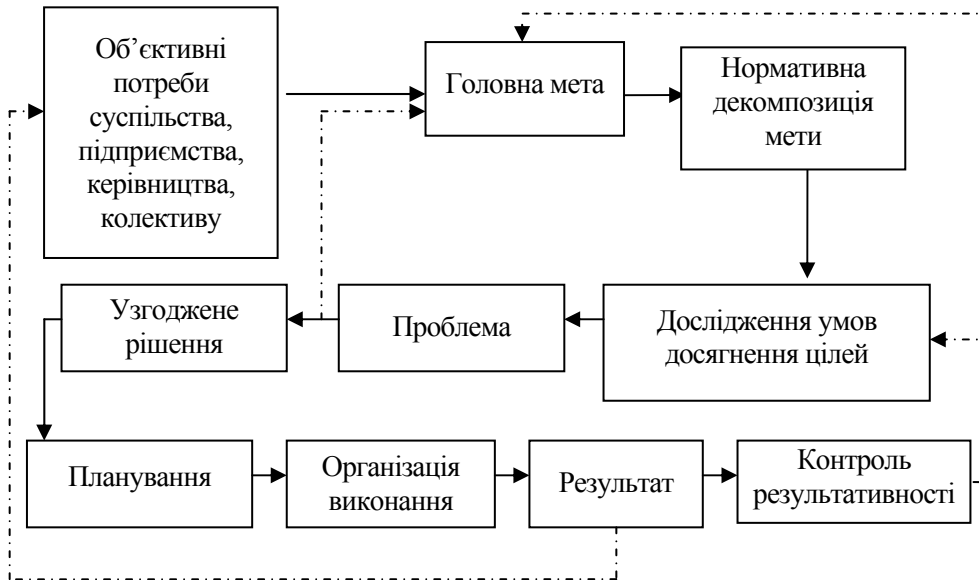


Рис. 1. Етапи досягнення цілеспрямованої діяльності

До інструментів підвищення об'єктивізації цілей на всіх стадіях можна віднести більшість загальносистемних методів – від теорії черг і класичного економічного аналізу до формування сценаріїв і мозкового штурму. Проблема вибору методів за критеріями, що підходять для конкретної ситуації і конкретної стадії прийняття рішення, висвітлюється в літературі недостатньо, а стосовно об'єктивізації цілей практично єдиною пропозицією є трикутник передбачення (рис. 2).

У запропонованому Дж.Мартіно "трикутнику передбачення (форсайту)" [6, с. 655–656] суб'єктивні фактори являють собою співвідношення між об'єктивними знаннями та суб'єктивною творчістю та представлені на вершинах трикутника. Ще одна вершина трикутника – інтерактивне вирівнювання – пов'язана з представленням результату взаємодії між знаннями і творчістю в процесі формування мети розвитку. В "трикутнику передбачення" представлене розташування різних методів, які використовуються в процесі



Рис. 2. Трикутник передбачення

Джерело: Згуровский М.З. Системный анализ: Проблемы. Методология. Приложения / М.З.Згуровский, Н.Д.Панкратова. – К. : Наукова думка, 2005. – С. 655.

передбачення. Кожний із них розміщений на певній відстані від відповідних вершин. Зближення об'єктивних знань і творчих передбачень в інтерактивному процесі розвитку дозволяє підвищити вірогідність сценаріїв досліджуваних процесів, явищ і подій. Такий процес забезпечується на основі створення й використання універсальної сукупності засобів і підходів. Переваги і недоліки "трикутника передбачення" і можливості його перетворення на "ромб Форсайта" докладно розглянуті в роботі Л.Федулової [7]. На думку автора статті, початкове призначення "трикутника передбачення" обмежується побудовою ймовірних сценаріїв розвитку галузей промисловості та, таким чином, аналізом зовнішнього середовища підприємства. Водночас у ньому відсутні конкретні критерії вибору поведінки окремих учасників галузі для реалізації цих сценаріїв. Переходячи від фази аналізу ситуації до фази синтезу варіантів рішень щодо розвитку підприємств, автор статті пропонує перетворити "трикутник передбачення" на "трикутник об'єктивізації цілей" (рис. 3).

У "трикутнику об'єктивізації" враховано основний фактор, що визначає як вибір методів цілеполягання, так і саму об'єктивізацію цілей – інституційні умови функціонування організації. Вони формують стійку і передбачену поведінку суб'єкта і забезпечують об'єктивізацію цілей підприємства під час ухвалення управлінських рішень. У процес визначення цілей внесено інструменти досягнення компромісу – різного роду формальні і неформальні стосунки, зв'язки, норми, попередній досвід діяльності – тобто організаційні інсти-

тути та ціннісні орієнтири, так звана рутинна: стійкі і передбачені зразки (норми) поведінки суб'єкта. Вказані чинники, як правило, служать засобом подолання суб'єктивізму та інформаційної невизначеності. Інституційні норми і зразки дозволяють забезпечити інтерактивне вирівнювання суб'єктивних і об'єктивних джерел цілеполягання в трикутнику об'єктивізації цілей розвитку підприємства.

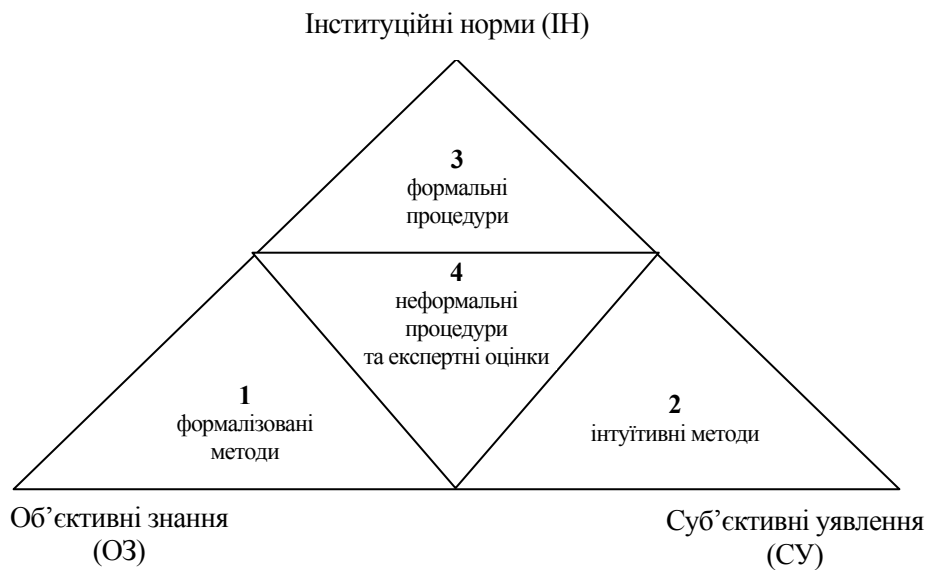


Рис. 3. Трикутник об'єктивізації цілей розвитку підприємства ("трикутник об'єктивізації")

Усередині "трикутник об'єктивізації" (рис. 3) містить різні методи визначення цілей. У першій зоні знаходяться методи, що дозволяють отримувати і обробляти об'єктивні дані (формалізовані методи), – маркетингові, економетричні, соціологічні, технологічні тощо. В другій зоні – інтуїтивні методи, що базуються на ментальних моделях, які склалися у суб'єкта, котрий приймає рішення на підставі досвіду роботи, особистих цінностей і переваг. У третій зоні – формальні процедури і регламенти обґрунтування і ухвалення рішення. У четвертій зоні – неформальні норми організаційної поведінки співробітників, евристичні методи і експертні оцінки.

Вибір конкретних методів обумовлюється інформаційними критеріями: а) обсягом, достовірністю і своєчасністю об'єктивних даних про ситуацію; б) обсягом та якістю інструментальної інформації – професійних знань, навичок і досвіду роботи; в) нормативної інформації – вимог до правил ухвалення рішень, рівня їхньої обґрунтованості та стратегічної спрямованості.

Чим краще інформаційне та професійне забезпечення процесу цілеполягання (критерії а і б), тим частіше вибираються методи із зони 1 і 4. Чим менше дані критерії, тим частіше доводиться використовувати методи якісного



аналізу. Передбачається, що ситуація: а) у вершині ОЗ – характеризується достатністю всіх видів інформації; б) у вершині ІН – спостерігається достатність інструментальної і нормативної інформації; в) у вершині СУ – тільки нормативної інформації. Стратегічна спрямованість нормативної інформації найчастіше виражається неформально і є проміжною групою критеріїв від чисто інформаційних до соціально-психологічних. Вона припускає, по-перше, перевагу щодо способу ведення господарської діяльності, а по-друге, рівень домагань.

У неоінституційній теорії виділяють чотири типи спрямованості агентів, що беруть участь в інституційних угодах (зокрема у визначенні цілей) з точки зору їхнього впливу на процеси ухвалення економічних рішень:

а) вибір альтернатив, які збільшують дохід суспільства загалом (кооперація);

б) вибір альтернатив, які перерозподіляють доходи, що змінюються мало, між учасниками угоди (конкуренція);

в) вибір альтернатив, які перерозподіляють економічні можливості, тобто склад і розподіл ресурсів, котрі можуть залучатися до господарського обігу внаслідок переваг учасникам угоди будь-яких відносно взаємозамінних аналогів (інноваційність);

г) вибір альтернатив, які перерозподіляють економічні переваги. Вважається, що в цьому випадку, на відміну від перерозподілу можливостей, загальна корисність рішення може знизитися (зокрема монополізація).

Для системної ефективності найбільш прийнятні перший і третій варіанти рішень. Водночас варто відзначити, що стратегічна спрямованість багато в чому обумовлюється зовнішніми умовами функціонування. Без певної частки ризику господарська діяльність не існує. У цьому плані під рівнем домагань стейкхолдерів при об'єктивізації цілей розуміється рівень прагнень менеджменту та інвесторів до одержання максимально можливого результату в складній ситуації. Для опису цієї характеристики автор статті пропонує використовувати критерій, аналогічний критерію Гурвіца з теорії ігор, що виглядає так:

$$PP = \min_j [(1 - \lambda) \min_i PP_{ij} + \lambda \max_i PP_{ij}], \quad (1)$$

де PP – обране значення параметра результату; PP_{ij} – значення параметра результату в платіжній матриці при i -му рядку припущень суб'єкта вирішення й j -му стовпці варіантів ситуації; \max_j , \min_i , \max_i – відповідно максимальне значення в j -му стовпці, мінімальне й максимальне значення в i -му рядку платіжної матриці; λ – рівень домагань, що змінюється від 0 до 1.

При найвищому рівні домагань, що дорівнює 1, вибиратиметься мінімально припустиме зовнішніми обставинами значення параметра результату, котрий виникає при максимальних зусиллях стейкхолдерів. При нульових домаганнях досягається гарантований результат при мінімальних витратах.



До психологічних критеріїв у процесі об'єктивізації цілей автор статті відносить спосіб мислення особи, що приймає рішення, на основі інструмента, розробленого Н.Германом у 1975 р. для компанії General Electric [8, с. 47–50]. Н.Герман базувався на результатах досліджень людського мозку, з яких випливало, що, виходячи із взаємодії трьох мозкових центрів і відмінностей між лівою і правою півкулями мозку, можна розробити інструмент для визначення стилю мислення. Відтворені в такий спосіб стилі мислення можна розділити на чотири основні сектори:

сектор А — математичний, логічний, аналітичний, технічний;

сектор В – запланований, організований, консервативний, адміністративний;

сектор С – емоційний, музичний, духовний;

сектор D – синтезуючий, винахідливий, концептуальний, артистичний, цілісний.

За допомогою цих секторів Н.Герману вдалося систематизувати персонал відповідно до переважаючого в них стилю мислення. Автор вважає, що для ситуації, котра склалася у вершині ОЗ трикутника об'єктивізації (рис. 3), підходять фахівці з розвиненим домінуючим сектором А; для вершини ІН – із розвиненим сектором В, а для вершини СУ – із домінуючими секторами С і D. Якщо в особи, відповідальної за вирішення проблеми, спосіб мислення не відповідає ситуації, керівник повинен надати їй консультанта з необхідними здатностями.

Реалізація запропонованих пропозицій дозволить підвищити рівень об'єктивізації цілей при прогнозуванні ефективності варіантів розвитку підприємства.

Розглянемо використання "трикутника об'єктивізації" для середнього машинобудівного підприємства м. Харкова, характерною особливістю функціонування якого є сезонність продажу продукції. Підприємство прогнозує свою діяльність на рік (короткострокове прогнозування), використовуючи інституційні норми, що відповідає третій зоні "трикутника об'єктивізації". Таке прогнозування не дає можливості підприємству використовувати весь свій потенціал. Рівень домагань і компетентності керівництва зростає, через це воно прагне підвищувати ефективність функціонування та розвитку підприємства. Питаннями прогнозування та планування на підприємстві займається планово-виробничий відділ, відділ маркетингу, керівники відділів підприємства, їхній склад відповідно до інструмента домінантності особистості (рис. 4).

З рис. 4 видно, що при виконанні функцій прогнозування найбільша питома вага – спеціалістів типу В, які орієнтовані на використання інституційних норм – зона 3 "трикутника об'єктивізації". Можливими напрямками розвитку підприємства можуть бути: а) інерційний розвиток; б) використання понаднормової роботи в пікові періоди; в) формування мережі філіалів



в Україні; г) формування мережі філіалів в Україні та Росії, організація спільних підприємств. Матрицю взаємозв'язку між напрямками розвитку підприємства та зонами "трикутника об'єктивізації" наведено у табл. 1.

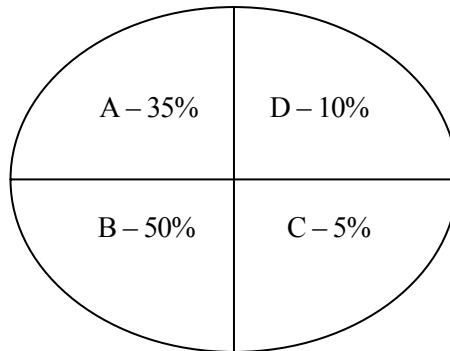


Рис. 4. Склад спеціалістів, що виконують функцію прогнозування на машинобудівному підприємстві

Джерело: вихідні дані підприємства.

Таблиця 1

Матриця вірогідності взаємозв'язку між напрямками розвитку підприємства та зонами "трикутника об'єктивізації"

Зони "трикутника об'єктивізації" / Напрями розвитку	Вірогідність				Мінімум	Максимум	Критерій Гурвіца
	1 зона – формалізовані методи	2 зона – інтуїтивні методи	3 зона – формальні процедури	4 зона – неформальні процедури та експертні оцінки			
а) інерційний розвиток	0,09	0,08	0,35	0,05	0,05	0,35	0,20
б) використання понаднормової роботи в пікові періоди	0,31	0,17	0,35	0,1	0,10	0,35	0,23
в) формування мережі філіалів в Україні	0,42	0,33	0,20	0,38	0,20	0,42	0,31
г) формування мережі філіалів в Україні та Росії, організація спільних підприємств	0,18	0,42	0,10	0,47	0,10	0,47	0,29

Згідно з наведеною матрицею та критерієм Гурвіца, враховуючи рівень домагань керівництва $\lambda = 0,5$, найбільш прийнятним є напрям розвитку формування мережі філіалів в Україні. Для прогнозування цього напрямку розвитку необхідно застосовувати 1 зону "трикутника об'єктивізації" – формалізовані методи.

Розглянемо рівень прибутку за кожним із напрямів розвитку та зростаючий рівень домагань керівництва підприємства (рис. 5).

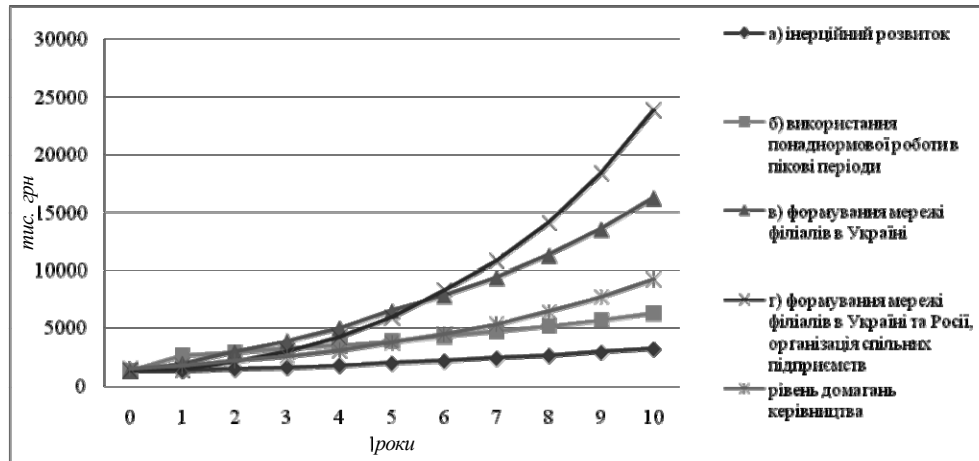


Рис. 5. Взаємозв'язок напрямів розвитку машинобудівного підприємства та рівня домагань керівництва

Джерело: побудовано за допомогою результатів, отриманих за допомогою вихідних даних підприємства та з використанням імітаційної моделі автора статті, див: Структура динамічної моделі логістичного циклу // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2003. – № 1. – С. 62–67.

Траєкторія розвитку підприємства щодо формування мережі філіалів в Україні та рівня домагань керівництва співпадають.

Відповідно до наведених вище розрахунків, згідно з інформаційними та інституційними критеріями слід використовувати формалізовані методи, однак група спеціалістів підприємства, яка займається прогнозуванням, може реалізувати це завдання не повною мірою. Для об'єктивізації цілей керівник повинен залучити консультанта з необхідними здатностями.

Висновки. На сучасному етапі розвитку суспільства ухвалювати рішення стосовно соціально-економічних питань без участі людини недоцільно і неможливо. Але рішення будуть правильними, якщо визначення цілей у них порівнюватиметься з об'єктивними системними потребами і можливостями, а також впливом зовнішнього середовища: рівнем науково-технічного прогресу, пануючими тенденціями організації економічного життя, геополітичними обставинами тощо. Через початкову відмінність потреб учасників для вирішення проблеми суб'єктивізації цілей при виборі ефективного напрямку розвитку підприємства, виникає необхідність в об'єктивізації цілей. Її процес, який представлено у статті на всіх етапах функціонування і розвитку підприємства, показує, що вибір методів об'єктивізації цілей повинен залежати від конкретної ситуації. Для опису ситуації варто використовувати три групи критеріїв:



а) інформаційні – достатність, вірогідність і своєчасність даних, що надходять; достатність професійних знань і навичок керівництва (інструментальна інформація); рівень регламентації процесу ухвалення рішення;

б) соціально-психологічні (інституційні) – стратегічна спрямованість процесу вирішення та рівень домагань учасників ухвалення рішення;

в) психологічні – спосіб мислення особи, що приймає рішення відповідно до інструменту домінантності особистості.

Таким чином, різні методи для об'єктивного вибору напряму ефективного розвитку підприємства дозволяє використовувати "трикутник об'єктивізації цілей" розвитку підприємства, котрий містить інституційні норми, об'єктивні знання і суб'єктивні уявлення, що продемонстровано на прикладі щодо об'єктивізації цілей для середнього машинобудівного підприємства. Проте для подальших досліджень необхідно розробити методіку комплексного оцінювання системної ефективності розвитку підприємства.

Література

1. *Маршалл А.* Принципы экономической науки : в 3-х т. / пер. с англ. – М. : Изд. Группа "Прогресс", "Универс", 1993. – Т. 1. – 416 с.
2. *Архипенков С.* Психология управления программными проектами [Электронный ресурс]. – Режим доступа: < <http://www.it4business.ru/lib/2052/>>.
3. *Адрианов Ю.М.* Квалиметрия в приборостроении и машиностроении / Ю.М.Адрианов, А.И.Субетто. – Л. : Машиностроение, 1990. – 216 с.
4. *Петухов Г.Б.* Методологические основы внешнего проектирования целенаправленных процессов и целеустремленных систем / Г.Б.Петухов, В.И.Якунин. – М. : АСТ, 2006. – 504 с.
5. *Анфилатов В.С.* Системный анализ в управлении: учеб. пособие / В.С.Анфилатов, А.А.Емельянов, А.А.Кукушкин ; под ред. А.А.Емельянова. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 368 с.
6. *Згуровський М.З.* Системний аналіз: Проблеми. Методологія. Приложения / М.З.Згуровський, Н.Д.Панкратова. – К. : Наукова думка, 2005. – 744 с.
7. *Федулова Л.І.* Форсайт: сучасна методологія технологічного прогнозування // Економіка і прогнозування. – 2008. – № 3. – С. 106–120.
8. *Дитхелм Г.* Управление проектами : в 2 т. / пер. с нем. – СПб : Издательский дом "Бизнес-пресса". – Т. 1. – 2003. – 400 с.

*Надійшла в редакцію
12.01.2011 р.*