

## **ІДЕНТИФІКАЦІЯ ЦІЛЕЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ВІДПОВІДНО ДО КОНЦЕПТУАЛЬНИХ ПІДХОДІВ ЩОДО ЙОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ**

Представлено концептуальні підходи до функціонування підприємств і встановлено відповідні кожному з них цілі діяльності. Визначено необхідність ідентифікації цілі підприємства відповідно до умов його функціонування та причин його створення. Визначено необхідність формування ієрархічної системи узгоджених між собою цілей.

Представлены концептуальные подходы к функционированию предприятий и установлены соответствующие каждому из них цели деятельности. Определена необходимость идентификации цели предприятия в соответствии с условиями его функционирования и причин его создания. Определена необходимость формирования иерархической системы согласованных между собой целей.

The conceptual approaches to the enterprises' functioning have been presented, and the relevant activity goals have been set. The necessity of identification of goals of enterprise activity according to the conditions of enterprise's functioning and the reasons of its creation has been defined. The necessity of forming of the hierarchical system of the concerted goals has been defined.

*Ключові слова:* ціль, підприємство, підхід, система, прибуток, максимізація.

Результативність управління підприємством залежить від пов'язаних між собою процесів встановлення та досягнення орієнтирів діяльності. Цілі підприємства, як орієнтири його діяльності, обумовлюють зміст, форми та методи управління. Виходячи з цілей, визначаються не лише напрями діяльності підприємства, а і його організаційна структура, функції, кадрова політика тощо. Тому визначення своїх цілей підприємством стає основою формування стратегії і всіх управлінських дій та критеріями оцінки результатів прийнятих рішень та здійснених заходів.

Сьогодні існують різні теорії та підходи, які визначають сутність та цілі діяльності фірми. Серед них можна назвати неокласичну теорію фірми, метою якої є максимізація прибутку [1], та модифікації теорії, які максимізацію обсягу продажів, розширення частки ринку, виживання в довгостроковій перспективі, максимізацію стану власників підприємства або акціонерного капіталу тощо розглядають як цілі фірми [2]. Серед інших альтернатив можна назвати і японську модель максимізації вартості [3]. Існують також: інституційна теорія, яка трактує фірму як організацію, що створюється людьми для більш ефективного використання їх можливостей [4]; управлінські теорії, які розглядають фірму з точки зору мотивації її управлінців і визначають те, що цілі управлінців не співпадають з цілями власників або акціонерів підприємства [5]. Останнім часом достатньо популярними стали концепція груп інтересів та поведінкові (біхевіористські) теорії цілей [6; 7]. Широкого розповсюдження також набувають цілі підприємства, які не пов'язані з отриманням прибутку: соціальні цілі та цілі, узгоджені з концепцією стійкого розвитку підприємства [8].

Проблема управління підприємством у сучасних умовах набуває характеру методологічного поліморфізму, який виражається в наявності значної кількості концептуальних підходів, теорій та концепцій управління. Для вирішення будь-якого з питань управління та застосування адекватного методологічного підходу (найбільш придатного до конкретних умов функціонування підприємства)

необхідно, насамперед, визначити цільовий опис у взаємодії суб'єктів та об'єктів управління, який, звісно, також буде поліморфним. Такий предмет дослідження, як цільовий опис підприємства є одним з основних в сучасному науковому напрямі "goal management" (з англ. "управління за цілями"). На наш погляд, ідентифікацію цілей діяльності підприємства необхідно здійснювати відповідно до різних концептуальних підходів залежно від конкретних умов функціонування підприємств.

Метою статті є аналіз концептуальних підходів до функціонування підприємств і встановлення відповідної кожному з них цілі діяльності, визначення необхідності ідентифікації мети підприємства відповідно до умов його функціонування та причин його створення, визначення необхідності формування ієрархічної системи узгоджених між собою цілей.

Причини створення підприємства та умови його функціонування є визначальними чинниками формування цілей підприємства. Проаналізувавши основні концептуальні підходи до функціонування підприємств та, відповідно, встановлення їхніх цілей, можна поділити ці підходи на декілька груп. Перша група пов'язана з неокласичною ідеєю максимізації прибутку і має альтернативні цілі, як-от максимізація доходів від продажу продукції, доданої вартості, акціонерного капіталу. Всі ці альтернативні показники за своєю суттю пов'язані з прибутком підприємства, незважаючи на те, що не завжди максимізація одного показника підприємства приводить до збільшення його прибутку. Оскільки, як правило, існують багато груп інтересів, зацікавлених у діяльності підприємства. Необхідно узгоджувати інтереси всіх груп для продовження сталої діяльності і функціонування підприємства. Отже, прибуток у такому випадку має бути розподіленим між групами інтересів.

Деякі дослідники виділяють такі цілі підприємства, як виживання та розвиток [9]. Зокрема, вони визначають ці цілі першочерговими і називають їх, відповідно, «довгострокове функціонування підприємства» та «цілі його росту і диверсифікації». Визначені цілі можуть доповнюватися декількома допоміжними, у тому числі некомерційними цілями. Причому, автори зазначають, що основним змістом цілі виживання підприємства є отримання прибутку у розмірі, достатньому для нарощування стратегічного потенціалу підприємства та його конкурентних переваг [9]. Отже, виживання підприємства є теж метою, пов'язаною з отриманням прибутку, тому її теж можна віднести до неокласичного підходу.

Сьогодні існує погляд, згідно з яким підприємство у своїй діяльності здійснює певну місію, пов'язану із задоволенням потреб споживачів. Зокрема, [10] визначають, що задоволення потреб споживачів у товарах або послугах є головною економічною функцією будь-якого підприємства. Ця функція властива кожному підприємству, незалежно від його структури, галузі, ступеня підпорядкованості органам державної влади тощо. Тому саме потреби споживачів є основним об'єктом уваги виробників товарів і послуг. Слід відзначити, що через задоволення потреб споживачів підприємство також реалізує ціль, що полягає в одержанні прибутку. Крім того, в умовах сучасних ринкових відносин наявне конкурентне середовище вимагає від підприємств здійснювати діяльність та

виробляти продукцію згідно з запитами споживачів. Проте, займаючи монопольне становище на ринку, підприємство може скористатися цим і проводити свою політику, відповідно до власних бажань і можливостей.

Серед іншої групи підходів слід відзначити такі, цілі яких не пов'язані з отриманням прибутку та / або максимізацією деякого показника вартості чи акціонерного капіталу. Так, останнім часом значна увага приділяється соціальній відповідальності підприємств як одній з головних його функцій. Особливо це стосується підприємств розвинених країн та транснаціональних корпорацій. Багато з них вважають за необхідність спрямовувати частину свого прибутку на соціальні потреби своїх працівників та населення взагалі. З одного боку, врахування інтересів людини, яка працює на підприємстві, підвищує її зацікавленість в роботі та прагнення залишитися на цьому місці і, отже, продуктивність її праці. З іншого боку, активні соціальні дії підприємства привертають увагу громадськості і у такий спосіб збільшують коло його споживачів та, відповідно, прибуток. Крім того, існує думка, що люди намагаються купувати продукти тих фірм, які займаються неприбутковою діяльністю, оскільки у такий спосіб вони теж беруть участь у здійсненні дій, орієнтованих на досягнення соціальних ефектів у суспільстві. Проте вітчизняні підприємства майже не приділяють уваги соціальній відповідальності і не є соціально орієнтованими. Часто лише представники великих корпорацій, які діють в Україні, проводять соціальні акції та надають звіти про соціальну відповідальність.

Слід зазначити, що у деяких випадках проведення соціально значущих заходів здійснюється з метою привернути увагу до підприємства та його продукції і, отже, є рішенням маркетингових завдань підприємства. Водночас існують багато підприємств, які створені з метою надання послуг некомерційного характеру, тобто без мети отримання прибутку. Такі некомерційні підприємства можуть відноситися до різних інституційних секторів і бути такими, що обслуговують інші підприємства або домашні господарства, надають основну частину товарів і послуг безкоштовно або за цінами, які не мають економічного значення, задовольняють різноманітні інтереси громадян країни або її окремих груп [11]. Слід зазначити, що внаслідок специфічних статутних цілей таких організацій, вони мають відрізнятися методами управління від підприємств, цілі яких орієнтовані на отримання прибутку.

Серед інших цілей, не пов'язаних з отриманням прибутку, є відданість стійкому розвитку, який містить у собі як соціальну орієнтацію підприємства, так і захист навколишнього середовища. Згідно з концепцією стійкого розвитку, для його досягнення захист навколишнього середовища має складати невід'ємну частину процесу розвитку і не може розглядатися окремо від нього. Екологічні стандарти, цілі регламентації та пріоритети повинні відображати екологічні умови та умови розвитку, у яких вони застосовуються [12]. Цілі, пов'язані із захистом навколишнього середовища, можуть бути як цілями організації, спеціально створеної для здійснення діяльності у сфері розвитку та захисту навколишнього середовища, так і цілями підприємства, що здійснює комерційну діяльність. Зокрема, великі підприємства, що здійснюють міжнародну діяльність, у своїх корпоративних цінностях декларують «відданість стійкому розвитку та

корпоративній соціальній відповідальності» [13]. Ці підприємства не заперечують прагнення отримати прибуток або максимізувати додану вартість, але протягом усього процесу створення вартості у своїй діяльності вони намагаються робити значний внесок у суспільство і приділяють значну увагу збалансованому розвитку. Таке бачення допомагає їм створити бездоганну репутацію, вийти у лідери на світовому ринку та збільшити свою вартість.

У більшості випадків діяльність підприємства не можна звести до реалізації будь-якої однієї цілі, оскільки зазвичай воно одночасно має за орієнтир своєї діяльності сукупність цілей. Досягнення сукупності цілей дає змогу задовольнити більшу кількість осіб, зацікавлених у діяльності підприємства, узгодити інтереси цих осіб і у такий спосіб забезпечити більш сталу діяльність підприємства. На це спирається поведінкова теорія фірми, за якою суб'єкти, зацікавлені у діяльності підприємства, діють згідно з своїми інтересами та зовнішнім оточенням, у яке вони попадають. Відповідно до цього встановлюються і цілі підприємства, досягнення яких задовольнятиме інтереси різних осіб. Причому, ці цілі можуть бути також пов'язаними з максимізацією прибутку, проте проблема полягатиме у його розподілі, який би задовольнив всіх зацікавлених осіб або груп інтересів. Це свідчить про необхідність створення системи узгоджених цілей на підприємстві та встановлення їх ієрархії.

Таким чином, діяльність будь-якого підприємства пов'язана зі встановленням та досягненням багатьох цілей, які задовольняють різні групи інтересів та сприяють подальшому збалансованому функціонуванню підприємства. Сукупність цілей підприємства утворює систему цілей, пріоритетність та ієрархія яких повинна бути узгодженою між собою. Встановлення і досягнення цілей залежить від оточення підприємства та його внутрішньої структури, а пріоритетність цілей може змінюватися під впливом зміни внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства.

### Список використаних джерел:

1. Weintraub E. Roy. Neoclassical Economics / The Concise Encyclopedia Of Economics. - Retrieved September 26, 2010. - 2007. - Mode of access: <http://www.econlib.org/library/Enc1/NeoclassicalEconomics.html>
2. Лемещенко П. С., Мельникова Н. А. Институциональная теория фирмы. Издательский центр БГУ, 2005. - 118 с.
3. Сно К.К. Управленческая экономика. Пер. с англ. - М.: ИНФРА-М, 2000. — 671 с.
4. Scott, W. Richard Institutional theory / Encyclopedia of Social Theory, George Ritzer, ed. Thousand Oaks, CA: 2004. - P. 408.
5. Managerial theories of the firm / The Oxford Dictionary of Economics - Mode of access: <http://www.enotes.com/econ-encyclopedia>
6. Phillips R., Freeman E. Stakeholder Theory and Organizational Ethics. - Berrett-Koehler Publishers, 2003. - 216 p.
7. Cyert R.M.; March J. G. A Behavioral Theory of the Firm. - Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc., 1963. - 332 pp.
8. Стратегії економічного розвитку в умовах глобалізації : [монографія] / За ред. д-ра екон. наук, проф. Д. Г. Лук'яненка. — К.: КНЕУ, 2001. — 538 с.
9. Организационно-экономические основы обеспечения выживаемости предприятия [Электронный ресурс] / Я, менеджер. - Режим доступа: [http://www.imanager.com.ua/index.php?option=com\\_content&task=view&id=14157](http://www.imanager.com.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=14157)
10. Економіка та організація виробничої діяльності підприємства / [Небава М.І., Адлер О.О., Козловський В.О., Лесько О.Й., Мокіна Ю.В.]. - Вінниця: ВНТУ. - 2010. - Режим доступу <http://posibnyky.vstu.vinnica.ua/ekonomika/zmist.htm>
11. Господарський кодекс України: науково-практичний коментар / [О.І. Харитонова, Є.О. Харитонов, В.М. Коссака та ін.]. - Х.: Одіссей, 2007. - 832 с.
12. Рио-де-Жанейрская декларация по окружающей среде и развитию [Электронный ресурс] / ООН. - Режим доступа: [http://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/declarations/riodecl.shtml](http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/riodecl.shtml)

13. Наша стратегія стійкого розвитку [Електронний ресурс] / Henkel. – Режим доступу:  
<http://www.henkel.ua/SID-0AC83309-FB905660/sustainability/sustainability-strategy-216.htm>