

ДОСЛІДЖЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ "МІСІЯ" ДЛЯ СИСТЕМ ІЗ СОЦІАЛЬНОЮ СКЛАДОВОЮ

У статті проведено дослідження сутності поняття "місія" для систем зі соціальною складовою та доведена значимість формулювання місії у процесі стратегічного цілепокладання для систем визначеного класу.

In the article the research of essence of "mission" concept for the systems with a social component is carried out and the importance of the mission formulation in a process of strategic targeting for the systems of determined class is proved.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ В ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ

Визначення поняття "місія" системи є найбільш важливим етапом процесу стратегічного цілепокладання для складних відкритих систем. Особливої уваги потребує реалізація цього етапу для систем, елементом яких є людина, тобто систем з соціальною складовою.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Процес стратегічного цілепокладання є докладно вивченим в межах теорії стратегічного управління, класиками якої є І. Ансофф, Б. Карлоф, Р. Акофф, П. Друкер, А. Томпсон, А. Стрікленд.

Важливим методологічним положенням, відзначеним А. Томпсоном і А. Стріклендом, є те, що "гарний розроблювач стратегії більше орієнтований на зміни зовнішнього середовища, чим на вивчення внутрішніх проблем фірми". Орієнтація стратегії на зовнішнє середовище реалізується на основі формулювання місії організації, що є першим і найбільш значимим етапом процесу стратегічного цілепокладання.

Зокрема, С. Левицьки в такий спосіб визначає методологію розробки стратегії для організації, що знаходиться в площині процесу стратегічного аналізу (рис. 1).

Процес стратегічного аналізу, згідно з С. Левицьки, являє собою ряд переходів від одного раціональ-

ного послідовного кроку до іншого. По суті, розробляється формулювання місії, потім відразу ж вивчаються умови зовнішнього середовища, включаючи розгляд відомих і потенційних конкурентів. На наступному етапі аналізуються ланцюжки збільшення цінності підприємств, у яких бере участь організація, на випадок, якщо вона вирішить підсилити свій вплив у галузі, поглинувши деякі з цих підприємств після визначення власної стратегії. Потім доцільно оцінити сильні, нейтральні і слабкі сторони об'єкта, при цьому не забуваючи про оцінку культури, що є ключовим механізмом, який регулює діапазон моделей поведінки в організації. Далі доцільно дати визначення довгострокової стратегії.

На цьому етапі треба розробити всі необхідні корекції для внесення в структуру. При цьому число корекцій доцільно звести до мінімуму, з огляду на можливий опір радикальним реформам. І, нарешті, вибирається тактика на майбутні рік-два.

В цілому процес стратегічного аналізу вивчає середовище, що оточує організацію, а також її внутрішні сильні, нейтральні і слабкі сторони. Це разом з культурою дає організації можливість вибрати стратегічний напрямок і рухатися уперед відповідно до цього напрямку. Знаючи, куди йде організація, можна вирішити, "як туди добратися" (це дизайн і структура) і визначити, які варіанти короткострокової тактики (бюджети і плани) будуть цьому сприятливі [1, с. 4].

Проте у визначених міркуваннях доцільно провести деяку корекцію, яка полягає в тому, що місія будь-якої системи із соціальною складовою не може бути сформована до аналізу стану зовнішнього середовища і вивчення потенціалу цієї системи. Це твердження засноване на визначенні місії системи.

ЗАГАЛЬНА МЕТА

Метою цієї публікації є дослідження сутності поняття "місія" для систем зі соціальною складовою та визначення значимості формулювання місії у процесі стратегічного цілепокладання для систем визначеного класу.

ВИКЛАДЕННЯ ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

В процесі стратегічного управління на етапі аналізу поняття "місія" систем із соціальною складовою в більшому ступені розроблене для підприємств і організацій, і в меншому — використовується при формулюванні стратегії розвитку держави і регіонів. Цим порушується послідовність дій стратегічного аналізу, що призводить до недостатнього обґрунтування впроваджуваних стратегій та їх хаотичності, спонтанності. Формулювання ж місії систе-

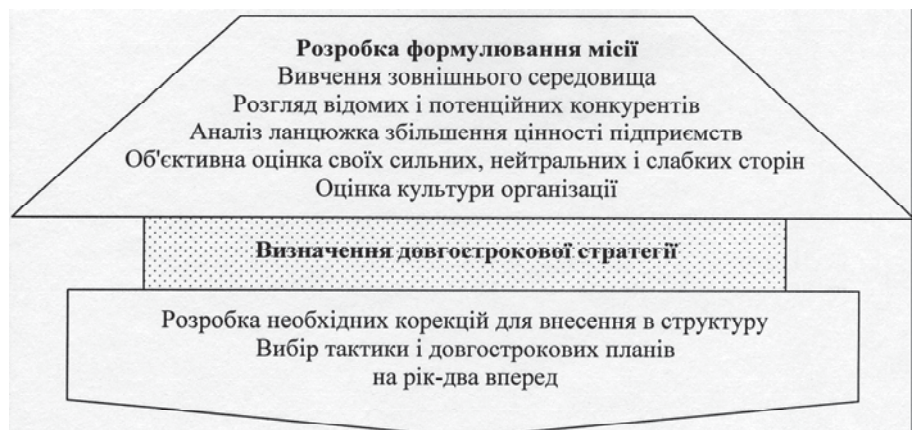


Рис. 1. Методологія розробки стратегії (за С. Левицьки) [1, с. 5]

ми дозволяє утримувати ряд дій, що починаються нею, у певних обмеженнях.

Необхідно привести декілька основних визначень поняття "місія", що використовуються у теорії менеджменту, а також інтерпретацію цього поняття в термінах системного підходу, що дає підставу його універсального застосування для систем різного масштабу, які відрізняються наявністю соціальної складової, тобто мають в якості елемента — людину.

В.Д. Маркова і С.Д. Кузнецова визначають місію як ділове поняття, що відображує призначення бізнесу, його філософію (дослівно термін означає "відповідальне завдання, роль"). Місія допомагає визначити, чим в дійсності займається підприємство, які його сутність, масштаби, перспективи, і напрямки росту, відмінність від конкурентів [2, с. 33].

Б. Карлоф стверджує, що корпоративна місія характеризує можливість займатися бізнесом, на яку компанія орієнтується з урахуванням ринкових потреб, характеру споживачів, особливостей продукції і наявності конкурентних переваг. Концепція корпоративної місії одержала широке поширення як важливий елемент ідеологічної бази формування організації [3, с. 63].

Зміст корпоративної місії, згідно з Б. Карлофом, визначається виходячи з трьох ключових пунктів:

1. Корпоративна місія повинна бути виражена в порівняно простих визначеннях і в зручній для сприйняття формі.

2. В основі корпоративної місії повинні лежати завдання задоволення інтересів і попиту споживачів, що існують на ринку.

3. Питання про те, чому споживачі будуть купувати товари і послуги саме цієї, а не іншої корпорації, повинне мати чітку відповідь.

Таким чином, якщо інтерпретувати ці положення стосовно будь-якої соціальної системи, то місія повинна бути зрозумілою, зовнішньо-орієнтованою і містити унікальну конкурентну перевагу визначеної системи. Звідси видно, що місія містить принцип взаємодії системи і зовнішнього середовища як системи більш високого рівня організації. При цьому система прагне до досягнення двох цілей: 1) бути значимим елементом зовнішнього середовища (виконувати в ньому значимі функції); 2) бути унікальним елементом зовнішнього середовища (виконувати функції в зовнішньому середовищі найбільш ефективно і таким способом, який складно повторити).

Однак варто помітити, що Б. Карлоф недостатньо уваги приділяє тому, що місія відображає не тільки принцип взаємодії системи і зовнішнього середовища (як надсистеми, чи метасистеми), але і його інтерпретацію в часі, спрямованість цієї взаємодії в майбутнє. При цьому взаємодія в довгостроковій перспективі з метою збереження параметрів значимості й унікальності системи як елемента зовнішнього середовища забезпечується на основі їх погодженого розвитку, що визначає необхідність аналізу і прогнозу розвитку зовнішнього середовища, і потім пошук системою "свого місця" з урахуванням її наявного потенціалу (рис. 2).

Існує також розуміння місії системи як її призначення. Зокрема, А. Томпсон і А. Стрікленд констатують наступне: "те, що компанія збирається робити і те, чим вона хоче стати, у загальному визначенні є призначенням (місією) фірми. Формулюючи місію, менеджер визначає сферу діяльності компанії, а також ті послуги, які вона буде надавати своїм клієнтам. Менеджеру необхідно стратегічно обміркувати сферу

діяльності фірми. Все це має супроводжуватися розробкою концепції довгострокового розвитку фірми. Саме те, що бачиться менеджеру щодо місця своєї компанії на ринку, і є стратегічним баченням" [4, с. 15].

А. Томпсон і А. Стрікленд підтверджують той факт, що місія містить інформацію про унікальність заданого елемента системи для зовнішнього середовища: "Стратегічне бачення і місія компанії завжди вкрай індивідуальні. Загальні положення, застосовні до будь-якої компанії, чи до будь-якої галузі, не мають управлінської цінності. Стратегічне бачення і місія як би відокремлюють одну компанію від інших і наділяють її власними відмінними рисами, напрямком діяльності і шляхом розвитку" [4, с. 47]. Крім того, вони підкреслюють стимулюючий характер місії. Бачення і місія, виражені в чітких формулюваннях, повинні надихати службовців і служити серйозним стимулом, що спонукає до більш якісного виконання покладених на них задач. Найбільш вдалі формулювання місії компанії виражені просто і коротко, вони вимовлені голосно і ясно, що викликає ентузіазм із приводу майбутнього курсу фірми і сприяє повній самовіддачі кожного в організації.

Місія, таким чином, відображає філософію відносини системи до зовнішнього середовища і спосіб взаємодії з нею, сформований з урахуванням наявного в неї потенціалу. У зв'язку з цим можна виділити три основних способи взаємодії системи і зовнішнього середовища, що визначають тип сформованої місії заданої системи:

1. Системна взаємодія системи і зовнішнього середовища передбачає, що елементи системи мають світогляд, заснований на сприйнятті системи як невід'ємної частини зовнішнього середовища. Виходячи з цього, довгострокове виживання системи можливо тільки у випадку погодженого розвитку системи і зовнішнього середовища. Тому формулювання місії з необхідністю передбачає здійснення аналізу і прогнозу розвитку зовнішнього середовища як метасистеми, а також узгодження довгострокового вектора розвитку системи із зовнішнім середовищем.

2. Раціональна взаємодія системи і зовнішнього середовища заснована на світогляді, що припускає автономність системи в зовнішньому середовищі. У цьому випадку зовнішнє середовище розглядається не як метасистема, а як щось зовнішнє стосовно системи. При цьому в рамках цього світогляду визнається необхідність стійкого розвитку як системи, так і зовнішнього середовища, з чого випливає доцільність раціонального використання її ресурсів. Таким чином, раціональний тип взає-

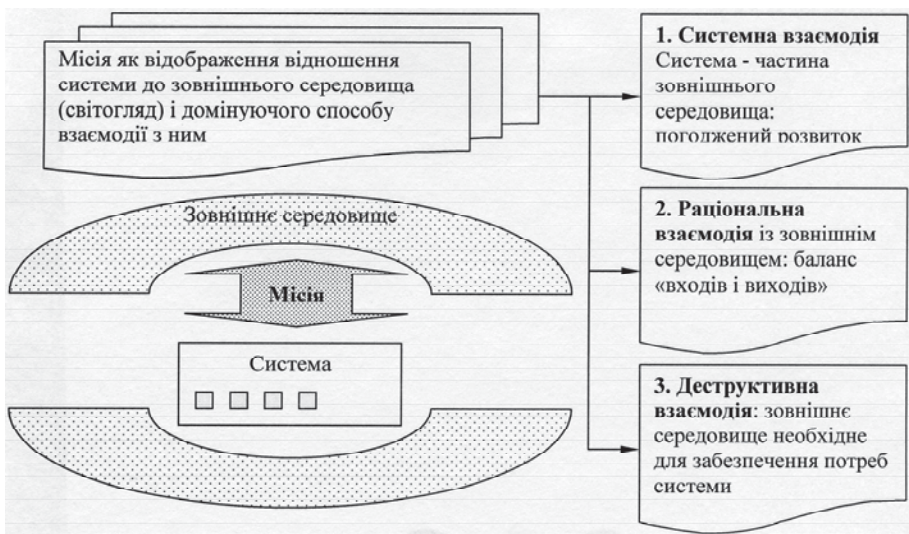


Рис. 2. Поняття місії в контексті системного підходу, що відображає взаємодію системи і зовнішнього середовища

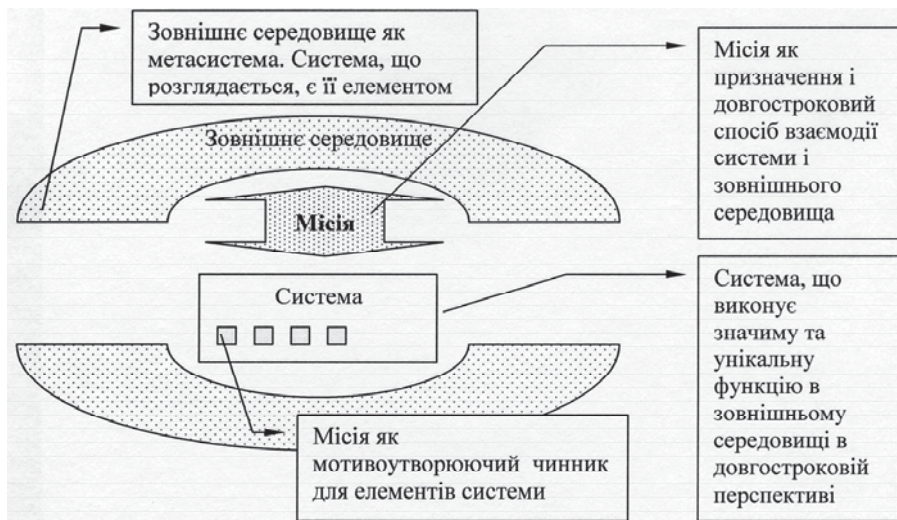


Рис. 3. Місія як спосіб взаємодії системи із зовнішнім середовищем

модії припускає деякий паритет системи і зовнішнього середовища, що відображується в балансі "входів" і "виходів" системи. Формулювання місії в рамках цього світогляду також потребує аналізу і прогнозу розвитку зовнішнього середовища, але не передбачає узгодження поводження системи з виявленим напрямком. Скоріше динаміка розвитку зовнішнього середовища розглядається як обмеження в процесі постановки і досягнення цілей системи.

І, нарешті, останній тип взаємодії можна назвати деструктивним. Він заснований на світогляді, який припускає використання системою зовнішнього середовища для досягнення власних цілей і задоволення внутрішніх потреб. В цьому випадку зовнішнє середовище сприймається як необмежене поле ресурсів, які необхідно використовувати. Система у взаємодії із зовнішнім середовищем є активним елементом, цілі якого не враховують ні цілі інших елементів, ні цілі зовнішнього середовища в цілому. В рамках подібного світогляду місія, як правило, не формулюється існує негласно. Вербалізовані ж місії таких систем, як правило, відображують псевдоцілі і ховають щирі наміри її елементів. Зате активно розробляються і впроваджуються стратегії, сутність яких складається в захопленні зовнішніх ресурсів, використанні інших елементів зовнішнього середовища для задоволення внутрішніх потреб.

Варто помітити, що для різних видів систем використовуються різні способи взаємодії із зовнішнім середовищем, що відображується в теорії і методології наук, які досліджують закономірності їх розвитку. Так, соціальним системам у більшому ступені властивий методологічний підхід, заснований на системному світогляді; для економічних систем — має значення раціональний підхід, який визначається обмеженістю матеріальних

ресурсів; що ж стосується політичних систем, особливо в межах державного управління, то тут домінує деструктивний підхід до зовнішнього середовища, який чітко відображений в методології геополітики.

Також на тип взаємодії із зовнішнім середовищем впливає розмір системи. Там, де потенціал системи обмежений, у більшому ступені існує тенденція визнання системної взаємодії системи із зовнішнім середовищем. Для великих систем, держав і суспільств, корпорацій, потенціал яких дозволяє їм проводити активну стратегію у зовнішньому середовищі, в більшому ступені характерний деструктивний підхід до взаємодії з метасистемою.

Проте, будь-яка система з соціальною складовою може бути розглянута багатоаспектно, та в ній існує конкуренція домінуючого світогляду. Системи, в яких базовим елементом є людина, знаходяться в ситуації вибору домінуючого світогляду, який відображає тип взаємодії системи і зовнішнього середовища і дозволяє формулювати місію, розробляти стратегію і реалізовувати поставлені цілі.

Так, наприклад, стратегія для підприємств чи організації обов'язково вимагає розробки місії, де місія може бути сформульована по-різному, але, як правило, виключає деструктивний варіант, тому що передбачає насамперед задоволення потреб споживачів.

Для держави стратегія розробляється в рамках політики, а зовнішня поведінкова стратегія — на основі представлень геополітики. Місія держави в зовнішньому середовищі розглядається істориками, філософами, соціологами. Теорія державного управління не визначає її як обов'язковий атрибут процесу стратегічного цілепокладання. Проте визначення місії в нестабільному зовнішньому середовищі має на меті як збереження цілісності системи,

так і мотивацію елементів до узгодженого, цілеспрямованого розвитку.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗРОБОК

Таким чином, можна зробити наступні висновки:

1. Місія системи являє собою принцип взаємодії системи і зовнішнього середовища. В ідеальному представленні, місія системи повинна бути зрозумілою, зовнішньоорієнтованою і містити унікальну конкурентну перевагу системи, що розглядається. При визначенні місії система прагне досягнення двох цілей: 1) бути значимим елементом зовнішнього середовища (виконувати в ньому значимі функції); 2) бути унікальним елементом зовнішнього середовища (виконувати функції в зовнішньому середовищі найбільш ефективно і таким способом, який складно повторити).

2. Місія у дійсності відображає філософію відношення системи до зовнішнього середовища і спосіб взаємодії з ним, сформований з урахуванням наявного в системі потенціалу. У зв'язку з цим можна виділити три основних способи взаємодії системи і зовнішнього середовища, що визначають тип сформованої місії певної системи: системна, раціональна і деструктивна взаємодія.

3. Системи із соціальною складовою є багатоаспектними, в них реалізується боротьба домінуючого типу взаємодії із зовнішнім середовищем. В результаті вибір місії залежить — від потенціалу системи, стану зовнішнього середовища та характеру соціальних комунікацій і взаємодії.

В цілому визначення місії системи, незалежно від обраного типу взаємодії із зовнішнім середовищем, дозволяє суттєво підвищити ефективність процесу стратегічного цілепокладання на його наступних етапах.

Література:

1. Левицькі С. Как разработать стратегию: практические рекомендации по созданию реально работающей стратегии / Сирил Левицькі: Пер. с англ. — Днепропетровск: Баланс-Клуб, 2003. — 328 с.
2. Маркова В.Д. Стратегический менеджмент: Курс лекций / В.Д. Маркова, С.Д. Кузнецова. — М.: ИНФРА-М; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2002. — 288 с.
3. Карлофф Б. Деловая стратегия / Бенгт Карлофф: Пер. с англ.; науч. ред и авт. предисл. В.А. Приписнов. — М.: Экономика, 1991. — 239 с.
4. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд: Пер. с англ. под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. — М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. — 576 с.

Стаття надійшла до редакції 27.11.2008 р.