DOI: 10.17117/na.2015.06.042

Поступило в редакцию: 30.05.2015

<http://ucom.ru/doc/na.2015.06.042.pdf>

Сакулина О.А., Симоненко В.Н.
Особенности формирования целей нового бизнеса

Sakulina O.A., Simonenko V.N.
Features of formation of business goals

В статье описываются вопросы формирования целей бизнеса как в историческом контексте, так и в современный период

Ключевые слова: цель, бизнес, организация

This article describes the issues of formation of business goals in a historical context, and in the modern period

Key words: purpose, business, company

Сакулина Ольга Андреевна

Магистрант

Комсомольский-на-Амуре государственный
технический университет

г. Комсомольск-на-Амуре, ул. Ленина, 27

Sakulina Olga Andreevna

Undergraduate

Komsomolsk-on-Amure state technical university
Komsomolsk-on-Amure, Lenina st., 27

Симоненко Виталий Николаевич

Доктор экономических наук, профессор

Комсомольский-на-Амуре государственный
технический университет

г. Комсомольск-на-Амуре, ул. Ленина, 27

Simonenko Vitaliy Nickolaevich

Doctor of Economic Sciences, Professor

Komsomolsk-on-Amure state technical university
Komsomolsk-on-Amure, Lenina st., 27

Бизнес одновременно представляет собой три вида совокупностей:

– совокупность действий, совершаемых предпринимателем для реализации своих деловых интересов;

– совокупность взаимодействий предпринимателей с внутренней и внешней средой фирмы (партнеры, поставщики, потребители, конкуренты и пр.);

– совокупность деловых отношений предпринимателя установлению, поддержанию и развитию, в зависимости от обстоятельств, своих интересов.

Развитие бизнеса происходит путем движения от его простых форм к сложным. Деловые отношения, развивающиеся в течение длительного исторического периода, позволяют выделить: их общие черты, характерные для всего периода их развития; и их особенные черты, присущие только определенным периодам развития для отдельных стран.

Субъект бизнеса (англ. бизнесмен) – чаще всего, это отдельные предприниматели, группы и коллективы предпринимателей, фирмы и предприятия, проводящие деловую деятельность и вступающие в деловые отношения с другими субъектами бизнеса. Субъект бизнеса представляет собой носителя совокупности прав и ответственности в связи с этой деятельностью.

Объектами предпринимательского бизнеса являются блага, способные удовлетворять разнообразные потребности людей. Это материальные предметы и объекты, услуги и работы, выполняемые одними людьми для других. Это материальные и нематериальные блага, создаваемые людьми. В отличие от них, природные материальные блага обеспечивают условия существования людей. Эти блага (вещество, сырье) человек может преобразовывать в необходимые конкретные предметы.

В отличие от предпринимательского бизнеса, потребительский бизнес означает действия потребителей и отношения с их участием на рынке (в сфере) потребления товаров, с извлечением пользы от оказываемых услуг или выполнения работ по заказам. При производственном потреблении благ различные блага для удовлетворения потребностей люди используют блага в качестве средств и предметов труда, создавая новые материальные блага. Взаимодействие тенденций конкуренции и системной интеграции стало основой цивилизованного профессионального бизнеса.

На этапе создания нового бизнеса первым моментом является формирование целей как наиболее общих ориентиров деятельности организации. Важность целей определяется тем, что они служат непосредственным фундаментом для процесса менеджмента в целом – планирования, организации, мотивации и контроля. Таким образом, перед рациональным менеджером стоит задача в сбалансированности различных целей организации.

Новый бизнес должен проектироваться предпринимателем постоянно, чтобы однажды не лишиться своих клиентов. Например, успешная инновационная фирма может оказывать услуги по управлению инновационным проектом [12].

Инновационный бизнес всегда требует финансирования, что могут осуществлять специальные небанковские учреждения [11].

Цель – это главное направление действий, обеспечивающее достижение спрогнозированного состояния объекта управления и его отдельных параметров. Здесь подразумевается будущее состояние объекта, которое может иметь промежуточные этапы.

Питер Друкер указывал, что базовые определения бизнеса, его назначения и миссии необходимо трансформировать в цели, иначе они останутся просто намерениями, не осуществимыми на практике. Цели задают направление действий, это не команды, а обязательства. Не определяя будущее, цели служат средствами мобилизации ресурсов и энергии в создании будущего бизнеса [10].

В своей концепции целей П. Друкер выделил пять принципов, применяемых для постановки целей бизнеса [1]:

- 1) цели отражают фундаментальную стратегию бизнеса;
- 2) цели должны позволять концентрировать ресурсы и усилия (капитал, производственные мощности, человеческие ресурсы и др.);
- 3) цели должны иметь отношение к практическим действиям, преобразовываясь в конкретные задачи и поручения;
- 4) цели должны иметь составляющие части (подцели), или сбалансированное сочетание потребностей и задач;

5) цели должны ставиться во всех областях, от которых зависят результаты бизнеса.

Немаловажным фактором эффективности в деятельности предприятия является обоснованность системы его целей. Главной финансовой целью коммерческой организации является максимизация прибыли в длительной перспективе при уровне рентабельности не ниже уровня конкурентов, достигнуть которую можно лишь при условии выполнения так называемых подцелей [13].

Анализ известных отечественных и зарубежных методов принятия управленческих решений на предприятиях показал, что в настоящее время трудно выбрать достаточно универсальный и недорогой общепризнанный метод принятия решений, подходящий для нового бизнеса. Известные методы имеют те или иные ограничения, которые не позволяют при их применении оперативно и эффективно добиваться поставленной цели. Чтобы бизнес мог выжить и успешно работать в рыночных условиях, необходим новый подход к управлению. Для этого требуется эффективный метод принятия производственных управленческих решений, позволяющий экономить ресурсы и отвечать особенностям формирования нового бизнеса.

Для исследования решений и методов их принятия использованы работы отечественных теоретиков и практиков управления, что позволило остановиться на двух методах.

В первом случае рекомендуем использовать «дерево целей» – модель упорядочения целей разного уровня управления в единый комплекс.

Дерево целей представляет собой структурированный иерархический перечень целей предприятия, в котором цели более низкого уровня подчинены и служат для достижения целей более высокого уровня. В различных информационных источниках дерево целей рассматривается с различных позиций:

- 1) виртуальное моделирование посредством сознательных процессов [2];
- 2) структурированная, построенная по иерархическому принципу совокупность целей, в которой выделены главная цель (крона дерева) и несколько уровней подчиненных ей подцелей [4];
- 3) метод стратегического планирования, который представляет собой взаимосвязь целей разных уровней. Это схема, показывающая членение главной цели на подцели [7];
- 4) графическое представление взаимосвязи и соподчинения целей (подцелей) управления [5].

Анализ приведенных выше и других, близких к ним определений, говорит о правомерности определения дерева целей как структурированной, построенной по иерархическому принципу совокупности целей с выделением главной. На его основе можно выстроить такую систему управления предприятием, которая сможет соответствовать универсальному критерию системности – непротиворечивости ее элементов. Системностью менеджмента предопределена и системность целеполагания [3].

Целеполагание – название, которое получила процедура постановки и выбора целей. Надо отметить, что их число и разнообразие так велико, что ни

одно предприятие не сможет обойтись без комплексного, системного подхода к определению их состава. Построение дерева целей осуществляют «сверху вниз», переходя от общих целей к частным, по средствам их редукции и декомпозиции. Таким образом, вершину дерева возглавляет главная, генеральная цель предприятия.

Поскольку достижение главной стратегической цели предприятия является достаточно трудной задачей, то прибегают к декомпозиции цели – разложению их на несколько более мелких целей, совокупное достижение которых приводит к достижению главной цели. Далее процесс повторяют для каждой более мелкой цели нижнего уровня до тех пор, пока в результате декомпозиции цель не станет достаточно простой, что позволит ей стать достижимой, реалистичной и реальной для исполнения точно в соответствии с содержанием и в установленное время. В процессе декомпозиции имеет место переход с одного уровня на другой. Возможна организационная географическая декомпозиция, также распространена декомпозиция по целевым группам, ролям, заинтересованным лицам. Например, акционеры, руководство компании, пользователи – это сотрудники компании, клиенты компании, партнеры компании, специалисты, где каждая группа отвечает за выполнение своих подцелей.

Процедура построения дерева целей включает в себя несколько последовательных шагов. Определение вершины дерева – общей цели предприятия – является конечным результатом деятельности. Затем каждый последующий уровень формируется таким образом, чтобы обеспечить достижение целей более высокого уровня. Каждая ветвь этого дерева описывает конкретный конечный результат, выраженный каким-либо показателем. Подцели одного уровня декомпозиции независимы (параллельны) по отношению друг к другу.

Стоит отметить, что иерархия целей напрямую связана со структурой предприятия и ее особенностями, то есть чем сложнее организационная структура предприятия и чем больше у него различных видов деятельности, тем больше уровней декомпозиции и сложнее дерево целей.

Таким образом, основная ценность построения дерева целей – отображение способа достижения генеральной цели путем обоснования иерархического перечня понятных и достижимых целей нижних уровней. Если при ознакомлении с деревом целей по-прежнему не ясно, как достичь главной или какой-либо из целей более низкого уровня, то оно нуждается в доработке. Дерево целей значительно упрощает процесс целеполагания, представляя его в более упорядоченном и наглядном виде, что является существенным плюсом как на этапе становления нового бизнеса, так и в дальнейшем его развитии.

Вторым методом предлагаем метод «Развитие успеха», предложенный доцентом И.Д. Овчинниковым. Для разработки данного метода принятия производственных решений введены и определены следующие понятия и процедуры [И.Д. Овчинников, Комсомольск-на-Амуре, 2005]:

1. Ключевые элементы – качественные, количественные и логические элементы исследуемого объекта, в свойствах и признаках которых находится возможность достижения цели. Для их выявления используют системный анализ и исследуемый объект предварительно разлагают на элементы. В процессе

системного анализа у объекта делают своего рода «срезы», чтобы выявить свойства его частей. Это позволяет уточнить состав, взаимодействие частей объекта, их влияние на функцию, которую выполняет или должен выполнять объект, и выявить взаимодействие частей с внешней по отношению к объекту средой.

2. Выбор ключевых элементов – это процесс выделения ключевых элементов из остальных выявленных элементов анализируемого объекта. Целевой анализ здесь заключается в том, что свойства и признаки каждого элемента исследуемого объекта соотносятся со свойствами и признаками сформулированной цели, которая должна быть достигнута принятием производственного решения. Эти свойства и признаки цели служат критериями при выборе ключевых элементов.

3. Ядро решения. Ядро будущего решения – это совокупность ключевых элементов, композит, образованный из ключевых элементов со своими свойствами, признаками и связями между ними. Окончательный вид оно приобретает после установления связи между образовавшими его ключевыми элементами и отношения их свойств к сформулированной цели.

4. Конструирование решения отражает процесс, в котором выполняется модификация и развитие ключевых элементов во взаимодействии.

В результате целевого анализа элементы объекта разделяют на две группировки. В первой будут находиться элементы, обладающие признаками и свойствами, позволяющими достичь сформулированную цель или приблизиться к ней. К этой же группировке будут относиться элементы объекта, имеющие признаки и свойства, которые косвенно затрагивают сформулированную цель. В элементах первой группировки содержится в той или иной степени возможность достижения цели, достижения успеха при решении проблемы. Ко второй группировке будут относиться элементы объекта, слабо относящиеся или совершенно не касающиеся сформулированной цели, не оказывают на нее влияния или воздействия. Элементы объекта первой группировки и являются ключевыми элементами.

Происходит выбор ключевых элементов из всех выявленных, а не выбор одного решения из нескольких разработанных вариантов. Для этого необходимо предварительно эти варианты разработать. Поэтому, в данном методе принятия производственных решений процедура выбора происходит не на уровне вариантов решения, а на уровне элементов объекта.

Признаком для отнесения выявленных элементов объекта к ключевым элементам является наличие в них возможности достижения поставленной цели. Возможности могут находиться в содержании выявленных элементов объекта в различном виде: в форме используемых документов, маршрутов их движения, процедурах обработки реквизитов, видов платежей, операции технологических процессов и пр. Многое зависит от назначения конкретного объекта, по несоответствиям в котором принимается решение. Из выбранных таким образом ключевых элементов успеха образуется ядро будущего решения.

Процедуру формирования ядра можно проводить, используя схематичную форму. Ключевые элементы располагают по строкам, в колонках распола-

гают свойства, признаки элементов и параметры, определяющие отношение элементов к цели. Связи наносят графами, а свойства отмечают условными знаками. Способ позволяет окончательно сформировать ядро будущего решения. Выявление свойств, признаков ключевых элементов и связей создает основу для построения логики развития ядра и определяет направление для конструирования решения.

Конструирование решения – процесс развития и модификации ядра решения. Решение – это выбор, в разработанном методе выбор происходит на уровне элементов. Дальше решение дорабатывают, придавая ему окончательный вид на основе ядра решения. Как справедливо отмечают исследователи [Ф.Ф. Аунапу, 1974], процесс выработки решения представляет собой творческий акт. Основой конструкции здесь является ядро решения, а материалом для конструирования – свойства и связи элементов объекта. При конструировании решения следует идти путем развития ключевых элементов в их взаимодействии, не стремясь выявлять недостатки с целью их последующего устранения. Их устраняют в процессе конструирования производственного управляющего решения.

Поскольку ядро будущего решения является только основой, которую предстоит развить в ходе конструирования, то процесс конструирования должен происходить в направлении, представленном логикой связей, свойств и признаков ключевых элементов. Для конструирования решения здесь могут выступать формы документов или их фрагменты, процедуры работы или их элементы, разделы действующей организационной структуры, технологии или их части и т. п. Все зависит от конкретной проблемы бизнеса, требующей решения.

Часто требуется создать дополнительные связи и даже элементы, которых не хватает в управляемом объекте для выполнения им функций, соответствующих сформулированной цели. Инструментом при конструировании удобно использовать фонд эвристических приемов.

Предложенный метод выработки решения позволяет исключить из алгоритма разработку вариантов решения и цикличность [6]. Не нужно дополнительно разрабатывать критерии, чтобы выбрать из нескольких решений наиболее подходящий вариант. Выработка и принятие решения ограничивается образованием его ядра из выявленных целевым анализом элементов и конструированием из них решения, что позволяет сократить трудоемкость и время подготовки решения. Процесс принятия решения совершается в самом процессе его подготовки.

Список литературы:

1. Друкер П. Менеджмент. Вызовы XXI века. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012.
2. Кошелев А.Н. Основы менеджмента: учеб. пособие. М.: Экзамен, 2010. 99 с.
3. Клиланд Д., Кинг В. Системный анализ и целевое управление. М.: Дело, 2013. 57 с.
4. Маркурин А. Тренинги личностного роста.
URL: <http://antonmakurin.ru/statyi/dostizhenie-czelej/217-derevo-czelej.html>
5. Одинцов А.А. Менеджмент организации: введение в специальность. М.: Академия, 2009.

6. Пашковский М.Ю., Симоненко Н.Н. Финансовое состояние предприятия, его устойчивость и развитие производства // Исследование инновационного потенциала общества и формирование направлений его стратегического развития. 2014. С. 79-81.
7. Поршнева А.П., Румянцева З.П., Сасоматина Н.А. Управление организацией. М.: ИНФРА-М, 2009. 37 с.
8. Румянцева Е.Е. Новая экономическая энциклопедия. М.: ИНФРА-М, 2012. 138 с.
9. Симоненко Н.Н. Интеграция в условиях слияний и приобретений // Актуальные вопросы развития современного общества. 2014. С. 84-88.
10. Симоненко Н.Н. Технология создания будущего бизнеса // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2013. № 10-1. С. 104-108.
11. Симоненко Н.Н. Финансирование фирм инновационного бизнеса // APRIORY. Серия: Гуманитарные науки. 2014. № 1. С. 22.
12. Симоненко Н.Н. Услуги по управлению инновационным проектом // Фундаментальные исследования. 2014. № 6-5. С. 1014-1017.
13. Симоненко Н.Н., Симоненко В.Н. Управление бизнес-процессами в предпринимательской деятельности (учебное пособие) // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2013. № 11-1. 1. 127-129.

© 2015, Сакулина О.А., Симоненко В.Н.
Особенности формирования целей нового бизнеса

© 2015, Sakulina O.A., Simonenko V.N.
Features of formation of business goals