|  |  |
| --- | --- |
| **УДК: 338.262** |  |
|  | **А.Е. Пожидаев**, *к. гос. упр., доц,*  *ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»*  *Луганск, Луганская Народная Республика*  ***A.E. Pozhidajew***  *Luhansk Taras Shevchenko national university*  *Lugansk, Lugansk People's Republic* |
|  |  |
| **СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ ПОНЯТИЯ «МИССИЯ»**  **ДЛЯ СИСТЕМ С СОЦИАЛЬНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ** | |
|  | |
| **ESSENCE AND CONTENT OF THE CONCEPT "MISSION" FOR SYSTEMS WITH SOCIAL COMPONENT** | |

*Аннотация. В статье проведено исследование сущности понятия «миссия» для систем с социальной составляющей и доказана значимость формулировки миссии в процессе стратегического целеполагания для систем определенного класса.*

*Ключевые слова: стратегическое управление, миссия, стратегия, система.*

*Abstract. 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.*

*Keywords: strategic management, mission, strategy, system.*

**Постановка проблемы**. Определение понятия «миссия» системы является наиболее важным этапом процесса стратегического целеполагания для сложных открытых систем. Особого внимания требует реализация этого этапа для систем, элементом которых является человек, то есть систем с социальной составляющей.

**Анализ предыдущих исследований и публикаций.** Процесс стратегического целеполагания является подробно изученным в рамках теории стратегического управления, классиками которой является И.Ансофф, Б.Карлоф, Р.Акофф, П. Друкер, А.Томпсон, А.Стрикленд.

Важным методологическим положением, отмеченным А.Томпсоном и А.Стриклендом, является то, что «хороший разработчик стратегии больше ориентирован на изменения внешней среды, чем на изучение внутренних проблем фирмы». Ориентация стратегии на окружающую среду реализуется на основе формулировки миссии организации, является первым и наиболее значимым этапом процесса стратегического целеполагания.

В частности, С. Левицкий таким образом определяет методологию разработки стратегии для организации, находящейся в плоскости процесса стратегического анализа (рис. 1).

**Определение долгосрочной стратегии**

Разработка необходимых коррекций для внесения в структуру

Выбор тактики и долгосрочных планов

на год-два вперед

**Разработка формулировки миссии**

Изучение внешней среды

Рассмотрение известных и потенциальных конкурентов

Анализ цепочки увеличения ценности предприятий

Объективная оценка своих сильных, нейтральных и слабых сторон

Оценка культуры организации

Рис. 1. Методология разработки стратегии (по С. Левицкому) [1, с. 5]

Процесс стратегического анализа, согласно С. Левицкого, представляет собой ряд переходов от одного рационального последовательного шага к другому. По сути, разрабатывается формулировки миссии, затем сразу же изучаются условия внешней среды, включая рассмотрение известных и потенциальных конкурентов. На следующем этапе анализируются цепочки увеличение ценности предприятий, в которых участвует организация, в случае, если она решит усилить свое влияние в отрасли, поглотив некоторые из этих предприятий после определения собственной стратегии. Затем целесообразно оценить сильные, нейтральные и слабые стороны объекта, при этом не забывая об оценке культуры, которая является ключевым механизмом, который регулирует диапазон моделей поведения в организации. Далее целесообразно дать определение долгосрочной стратегии. На этом этапе необходимо разработать все необходимые коррекции для внесения в структуру. При этом число коррекций целесообразно свести к минимуму, учитывая возможное сопротивление радикальным реформам. И, наконец, выбирается тактика на будущие год-два.

В целом, процесс стратегического анализа изучает среду, окружающую организацию, а также ее внутренние сильные, нейтральные и слабые стороны. Это вместе с культурой дает организации возможность выбирать стратегическое направление и двигаться вперед согласно этому направлению. Зная, куда идет организация, можно решить «как туда добраться» (это дизайн и структура), и определить, какие варианты краткосрочной тактики (бюджеты и планы) будут этому способствовать [1, с. 4].

Однако, в определенных рассуждениях целесообразно провести некоторую коррекцию, которая заключается в том, что миссия любой системы с социальной составляющей не может быть сформирована по отношению к анализу состояния внешней среды и изучения потенциала этой системы. Это утверждение основано на определении миссии системы.

**Цель исследования**. Целью этой публикации является исследование сущности понятия «миссия» для систем с социальной составляющей и определения значимости формулировки миссии в процессе стратегического целеполагания для систем определенного класса.

**Основные результаты исследования**. В этапе анализа понятия «миссия» систем с социальной составляющей мы пришли к выводу, что в процессе стратегического управления данное понятие в большей степени разработано для предприятий и организаций, и в меньшей степени используется при формулировании стратегий развития государства и регионов. Этим нарушается последовательность действий стратегического анализа, что приводит к недостаточному обоснованию внедряемых стратегий и их хаотичности, спонтанности. Формулировка же миссии системы позволяет удерживать ряд действий, которые начинаются ней, в определенных ограничениях.

Необходимо привести несколько основных определений понятия «миссия», используемых в теории менеджмента, а также интерпретацию этого понятия в терминах системного подхода, что дает основание его универсального применения для систем различного масштаба, которые отличаются наличием социальной составляющей, то есть имеют в качестве элемента-человека.

В.Д. Маркова и С.Д. Кузнецова определяют миссию как деловое понятие, отражающее назначение бизнеса, его философию (дословно термин означает «ответственное задание, роль»). Миссия помогает определить, чем в действительности занимается предприятие, какова его сущность, масштабы, перспективы и направления роста, отличия от конкурентов [2, с. 33].

Б. Карлоф утверждает, что корпоративная миссия характеризует возможность заниматься бизнесом, на которую компания ориентируется с учетом рыночных потребностей, характера потребителей, особенностей продукции и наличия конкурентных преимуществ. Концепция корпоративной миссии получила широкое распространение как важный элемент идеологической базы формирования организации [3, с. 63].

Содержание корпоративной миссии, согласно Б. Карлофа, определяется исходя из трех ключевых пунктов:

1. корпоративная миссия должна быть выражена в сравнительно простых определениях и в удобной для восприятия форме;
2. в основе корпоративной миссии должна лежать задача удовлетворения интересов и спроса потребителей, существующих на рынке;
3. вопрос о том, почему потребители будут покупать товары и услуги именно этой, а не другой корпорации, должен иметь четкий ответ.

Таким образом, если интерпретировать эти положения в отношении любой социальной системы, то миссия должна быть понятной, внешне ориентированной и содержать уникальное конкурентное преимущество определенной системы. Отсюда видно, что миссия содержит принцип взаимодействия системы и внешней среды как системы более высокого уровня организации. При этом, система стремится к достижению двух целей: 1) быть значимым элементом внешней среды (выполнять в нем значимые функции); 2) быть уникальным элементом внешней среды (выполнять функции во внешней среде наиболее эффективно и таким способом, который сложно повторить).

Однако стоит заметить, что Б. Карлоф недостаточно внимания уделяет тому, что миссия отражает не только принцип взаимодействия системы и внешней среды (как надсистемы, или метасистемы), но и его интерпретацию во времени, направленность этого взаимодействия в будущее. При этом взаимодействие в долгосрочной перспективе с целью сохранения параметров значимости и уникальности системы как элемента внешней среды обеспечивается на основе их согласованного развития, определяет необходимость анализа и прогноза развития внешней среды, и затем, поиск системой «своего места» с учетом ее имеющегося потенциала(рис. 2).

Система

Внешняя среда

**Миссия**

Миссия как назначение и долгосрочный способ взаимодействия системы и внешней среды

Система, выполняющая значимую и уникальную функцию во внешней среде в долгосрочной перспективе

Миссия как мотивообразующий фактор для элементов системы

Внешняя среда как метасистема. Рассматриваемая система является ее элементом

Рис. 2. Понятие миссии в контексте системного подхода

Существует также понимание миссии системы как ее назначения. В частности, А. Томпсон и А. Стрикленд констатируют следующее: «то, что компания собирается делать и то, чем она хочет стать, в общем определении является назначением (миссией) фирмы. Формулируя миссию, менеджер определяет сферу деятельности компании, а также те услуги, которые она будет предоставлять своим клиентам. Менеджеру необходимо стратегически обдумать сферу деятельности фирмы. Все это должно сопровождаться разработкой концепции долгосрочного развития фирмы. Именно то, что видится менеджеру относительно места своей компании на рынке, и является стратегическим видением» [4, с. 15].

А. Томпсон и А. Стрикленд подтверждают тот факт, что миссия содержит информацию об уникальности данного элемента системы для внешней среды: «Стратегическое видение и миссия компании всегда крайне индивидуальны. Общие положения, применимые к любой компании, или к любой отрасли, не имеют управленческой ценности. Стратегическое видение и миссия как бы отделяют одну компанию от других и наделяют ее собственными отличительными чертами, направлением деятельности и развития»[4, с. 47]. Кроме того, они подчеркивают стимулирующий характер миссии. Видение и миссия, выраженные в четких формулировках, должны вдохновлять сотрудников и служить серьезным стимулом, побуждающим, к более качественному выполнению возложенных на них задач. Наиболее удачные формулировки миссии компании выражены просто и коротко, они произнесены громко и ясно, что вызывает энтузиазм по поводу будущего курса фирмы и способствует полной самоотдаче каждого в организации.

Миссия, таким образом, отражает философию отношения системы к внешней среде и способ взаимодействия с ней, сформированной с учетом имеющегося потенциала. В связи с этим, можно выделить три основных способа взаимодействия системы и внешней среды, определяющие тип сложившейся миссии заданной системы:

*Системное взаимодействие* системы и внешней среды предполагает, что элементы системы имеют мировоззрение, основанное на восприятии системы как неотъемлемой части внешней среды. Исходя из этого, долгосрочное выживание системы возможно только в случае согласованного развития системы и внешней среды. Поэтому формулировка миссии с необходимостью предполагает осуществление анализа и прогноза развития внешней среды как метасистемы, а также согласование долгосрочного вектора развития системы с внешней средой (рис. 3).

Внешняя среда

**Миссия**

Система

**1. Системное взаимодействие**

Система - часть внешней среды: согласованное развитие

**2. Рациональное взаимодействие** с внешней средой: баланс «входов и выходов»

**3. Деструктивное взаимодействие**: внешняя середа необходима для обеспечения потребностей системы

Миссия как отражение отношения системы к внешней среде (мировоззрение) и доминирующего способа взаимодействия с ней

Рис. 3. Миссия как способ взаимодействия системы с внешней средой

*Рациональное взаимодействие* системы и внешней среды основано на мировоззрении, которое предполагает автономность системы во внешней среде. В этом случае внешняя среда рассматривается не как метасистема, а как нечто внешнее по отношению к системе. При этом в рамках этого мировоззрения признается необходимость устойчивого развития как системы, так и внешней среды, из чего следует целесообразность рационального использования ее ресурсов. Таким образом, рациональный тип взаимодействия предполагает некоторый паритет системы и внешней среды, что отображается в балансе «входов» и «выходов» системы. Формулировка миссии в рамках этого мировоззрения также требует анализа и прогноза развития внешней среды, но не предусматривает согласование поведения системы с выявленным направлениям. Скорее динамика развития внешней среды рассматривается как ограничение в процессе постановки и достижения целей системы.

И, наконец, последний тип взаимодействия можно назвать *деструктивным.* Он основан на мировоззрении, которое предполагает использование системой внешней среды для достижения собственных целей и удовлетворения внутрисистемных нужд. В этом случае внешняя среда воспринимается как неограниченное поле ресурсов, которые необходимо использовать. Система, во взаимодействии с внешней средой, является активным элементом, цели которого не учитывают ни цели других элементов, ни цели внешней среды в целом. В рамках подобного мировоззрения миссия, как правило, не формулируется и существует негласно. Вербализованные же миссии таких систем, как правило, отражают псевдо-цели и прячут истинные намерения ее элементов. Зато активно разрабатываются и внедряются стратегии, сущность которых состоит в захвате внешних ресурсов, использовании других элементов внешней среды для удовлетворения внутренних потребностей.

Стоит заметить, что для разных видов систем используются различные способы взаимодействия с внешней средой, что нашло отражение в теории и методологии наук, исследующих закономерности их развития. Так, социальным системам в большей степени присущ методологический подход, основанный на системном мировоззрении; для экономических систем – имеет значение рациональный подход, который определяется ограниченностью материальных ресурсов; что же касается политических систем, особенно в пределах государственного управления, то здесь доминирует деструктивный подход к внешней среде, который четко отражен в методологии геополитики.

Также на тип взаимодействия с внешней средой влияет размер системы. Там, где потенциал системы ограничен, в большей степени существует тенденция признания системного взаимодействия системы с внешней средой. Для больших систем, государств и обществ, корпораций, потенциал которых позволяет им проводить активную стратегию во внешней среде, в большей степени характерен деструктивный подход к взаимодействиям с метасистемами.

Однако любая система с социальной составляющей может быть рассмотрена как многоаспектная, и в ней существует конкуренция доминирующего мировоззрения. Системы, в которых базовым элементом является человек, находятся в ситуации выбора доминирующего мировоззрения, который отображает тип взаимодействия системы и внешней среды, и который позволяет формулировать миссию, разрабатывать стратегию и реализовывать поставленные цели.

Так, например, стратегия для предприятий или организации обязательно требует разработки миссии, где миссия может быть сформулирована по-разному, но, как правило, исключает деструктивный вариант, потому что предполагает, прежде всего, удовлетворение потребностей потребителей.

Для государства, стратегия разрабатывается в рамках политики, а внешняя поведенческая стратегия – на основе представлений геополитики. Миссия государства во внешней среде рассматривается историками, философами, социологами. Теория государственного управления не определяет ее как обязательный атрибут процесса стратегического целеполагания. Однако определение миссии в нестабильной внешней среде имеет целью как сохранение целостности системы, так и мотивацию элементов для целенаправленного развития.

**Выводы.** Таким образом, можно сделать следующие выводы:

1. Миссия системы представляет собой принцип взаимодействия системы и внешней среды. В идеальном представлении, миссия системы должна быть понятной, внешне ориентированной и содержать уникальное конкурентное преимущество системы. При определении миссии система стремится к достижению двух целей 1) быть значимым элементом внешней среды (выполнять в нем значимые функции) 2) быть уникальным элементом внешней среды (выполнять функции во внешней среде наиболее эффективно и таким способом, который сложно повторить).

2. Миссия, в действительности, отражает философию отношения системы к внешней среде и способ взаимодействия с ней, сформированной с учетом имеющегося в системе потенциала. В связи с этим, можно выделить три основных способа взаимодействия системы и внешней среды, определяющих тип сложившейся миссии определенной системы: системное, рациональное и деструктивное взаимодействие.

3. Системы с социальной составляющей является многоаспектной, в ней реализуется борьба доминирующего типа взаимодействия с внешней средой. В результате выбор миссии зависит - от потенциала системы, состояния внешней среды и характера социальных коммуникаций и взаимодействия.

В целом, определения миссии системы, независимо от выбранного типа взаимодействия с внешней средой, позволяет существенно повысить эффективность процесса стратегического целеполагания на его последующих этапах.

|  |  |
| --- | --- |
|  | |
| **Список литературы** | |
|  | Левицки С. Как разработать стратегию: практические рекомендации по созданию реально работающей стратегии / Сирил Левицки; пер. с англ. – Днепропетровск: Баланс-Клуб, 2003. – 328 с. |
|  | Маркова В.Д. Стратегический менеджмент. Курс лекций / В.Д.Маркова, С.Д.Кузнецова. – М.: ИНФРА-М; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2002. – 288 с. |
|  | Карлоф Б. Деловая стратегия / Бенгт Карлоф; пер. с англ.; науч. ред и авт. предисл. В.А.Приписнов. – М.: Экономика, 1991. – 239 с. |
|  | 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. |