

## INTREPRINDEREA CA SISTEM ȘI RELATIILE EI CU MEDIUL INTERN ȘI EXTERN

*Asist. univ. drd. Dănuțiu Adina Elena, Universitatea „1 Decembrie 1918” Alba Iulia*

*Abstract: This paper present aspects about enterprise like a system, characteristics and objectives of enterprises and relations between enterprise and medium.*

Întreprinderea reprezintă un sistem, adică un ansamblu de părți organizate, conectate pentru un anumit scop. Din această cauză, analiza funcțională a întreprinderii și a rolului pe care îl are la nivel macroeconomic nu se poate realiza fără o abordare sistemică.

Sistemele economice constituie sisteme cibernetice, argumentele referindu-se la următoarele aspecte:

1) sistemele economice sunt alcătuite din subsisteme care interacționează între ele: obiectul muncii, mijlocul de muncă, forța de muncă;

2) un sistem economic de un anumit nivel este cuprins în alt nivel superior: compartimente în întreprindere, întreprinderea în ramură, ramura în economia națională;

3) orice sistem economic are intrări și ieșiri, în ele având loc o transformare cu un scop bine definit: producția de bunuri materiale;

4) în sistem are loc o circulație permanentă a informațiilor, atât dinspre intrare spre ieșire (comenzi, informații despre mersul activității) cât și în sens invers (informații privind rezultatele activității depuse);

5) legătura inversă se manifestă pregnant, prin culegerea și prelucrarea datelor de ieșire și luarea deciziilor necesare care se introduc în sistem la intrare;

6) sistemele economice sunt capabile să se autoregleze în anumite limite, să facă față unor perturbații care provin din mediul ambiant sau care se produc din interior.

În același timp, sistemul economic se individualizează în cadrul sistemelor prin faptul că implică prezența omului în sistem și poate fi definit drept un ansamblu organizat de oameni și mijloace de muncă, care acționează într-un scop util și bine definit.

Abordată într-o **concepție sistemică**, întreprinderea prezintă un ansamblu de **trăsături** care definesc atât specificul obiectivelor lor, cât și nivelul atins în transpunerea practică a acestora. Astfel, întreprinderea este<sup>1</sup>:

a) **un sistem complex** pentru că încorporează resurse umane (variate din punct de vedere al nivelului de pregătire, al vârstei, sexului, specializării, vechimii, etc.), resurse materiale (materii prime, materiale, utilaje, clădiri, combustibili etc) și resurse financiare (disponibilități bănești în numerar sau în conturi bancare), între aceste resurse stabilindu-se multiple și profunde legături;

b) **un sistem economic autonom**, în cadrul căruia are loc ansamblul activităților de gestionare a patrimoniului propriu al întreprinderii.

Ca subiect al gestiunii economice, întreprinderea îndeplinește cumulativ următoarele condiții: are un patrimoniu propriu, pe care îl valorifică și îl dezvoltă; are autonomie decizională cu scop lucrativ, de producție și execuție de lucrări; dispune de o relativă independență în gestiune și de autonomie deplină în luarea deciziilor de implicare în circuitul economic național; își organizează sistemul informațional astfel încât să poată măsura veniturile, cheltuielile și rezultatele obținute din gestionarea patrimoniului; își achită datoriile fiscale.

<sup>1</sup> după Constantin Bărbulescu, Tatiana Gavrila coordonatori, *Economia & gestiunea întreprinderii*, Editura Economică, București, 1999, pag. 30-32.

În cadrul acestui sistem, ca urmare a combinării factorilor de producție în cadrul unor procese de producție rezultă bunuri materiale, conform obiectivelor fixate în funcție de raportul cerere-obiective-piață;

**c) un sistem tehnico-productiv** caracterizat prin existența ansamblului de mijloace materiale tehnice și tehnologice, care reprezintă suportul desfășurării activităților umane în cadrul întreprinderii. Acestea dau în foarte mare măsură conținutul activităților desfășurate în întreprindere, îi determină profilul acesteia. Funcția principală a întreprinderii este producerea de bunuri sau servicii destinate vânzării pe piață. Prin această caracteristică întreprinderea se delimitează de alți agenți economici cum ar fi administrațiile publice.

**d) un sistem organizatoric-administrativ**, întrucât în momentul înființării, întreprinderea capătă statutul de persoană juridică, primește o denumire precisă, are un sediu și un obiect de activitate bine determinat;

**e) un sistem social**, care se prezintă sub forma unui complex de relații structurale interpersonale sau pluripersonale, în care indivizii sunt indetificați în funcție de activitate, statut, rol, și care urmărește realizarea unor obiective precise. Exercițarea puterii este bine definită, cu responsabilități precizate prin diviziunea muncii și a funcțiilor sale. Salariații întreprinderii se constituie în colectivități sau structuri psiho-sociale distincte, în interiorul cărora apar relații într-o varietate de forme care dau viață întreprinderii

**f) un sistem dinamic**. Dinamismul este o proprietate generală a sistemelor în care timpul reprezintă un parametru de bază care surprinde transformările ce au loc în interiorul sistemului, precum și pe cele care au loc între sistem și mediul său. Desfășurându-și întreaga activitate sub acțiunea diferiților factori endogeni și/sau exogeni, adaptându-se permanent la schimbările macrosistemelor din care face parte, cât și la cerințele generate de dinamica elementelor încorporate, întreprinderea reprezintă un sistem dinamic.

**g) un sistem deschis**, această proprietate fiind specifică tuturor sistemelor care au legături cu mediul prin cel puțin o intrare și o ieșire. Întreprinderea ca sistem deschis are elemente distincte (obiect de activitate, statut, corp decizional, executanți) care interacționează între ele și cu mediul extern (piața de desfacere, concurența, piața capitalului, piața forței de muncă, etc.), care realizează un schimb de energie și de materie cu mediul, atinge o stare de stabilitate prin mecanismele conservatoare (de menținere) și adaptative (de schimbare) și realizează procese de creștere prin transformări interne.

Întreprinderile se află în relații cu mediul său ambiant și se manifestă la rândul lor ca fiind componente a sistemelor mai mari cu care se află în relații continue, sisteme reprezentând economia și societatea. Ca expresie a adâncirii diviziunii internaționale a muncii asistăm astăzi la o amplificare a dimensiunii internaționale a caracterului deschis al întreprinderilor.

**h) În calitate de sistem deschis**, întreprinderea se dovedește a fi **organic adaptativă**, în sensul că modificările produse în structura și funcționarea sa sunt un rezultat al transformărilor produse în mediu, și **activă**, în sensul că la rândul ei influențează acest mediu prin produsele și serviciile sale, potențialul său inovațional, mutațiile pe care le produce în cadrul socio-economic în care este plasată.

**i) un sistem autoreglabil**, ca urmare a faptului că întreprinderea are capacitatea, oferită de autonomia sa funcțională, de a-și modifica activitatea în scopul realizării obiectivelor propuse;

**j) un sistem probabilistic**, sub permanenta influență a unor factori perturbatori;

**k) un sistem cu finalitate**, care își realizează obiectivele stabilite.

Privind întreprinderea prin prisma finalității ei economice și având în vedere elementele ei structurale, se disting câteva concepții, și anume:

- concepția instrumentalistă în care întreprinderea este un simplu instrument în slujba realizării scopului economic, abordând unilateral numai rentabilitatea întreprinderii;

- concepția structural finalistă în care întreprinderea este considerată o structură orientată spre atingerea unui scop, acceptându-se ideea că scopurile structurale ale întreprinderii nu coincid în

toate cazurile cu scopurile individuale. În funcție de scopul final, fiecare nivel sau sector al structurii trebuie să aibă un anumit obiectiv de realizat, o finalitate proprie, care în principiu se subordonează obiectivului global. (E. Mayo, W. I. Dickson etc.)

- concepția structural funcționalistă în care întreprinderea este privită ca un sistem social, a cărui existență devine un scop în sine. Rezultă deci, că întreprinderea are anumite nevoi sau cerințe obiective care dacă nu sunt satisfăcute conduc la consecințe nefavorabile, periclitând însăși existența ei. Satisfacerea acestor cerințe se asigură prin propriile mecanisme structural-funcționale, printr-un sistem de autoreglare. (Talcott Parsons, Robert Merton)

**Obiectivele** întreprinderii, care *exprimă, într-o formă concretă și măsurabilă, scopurile stabilite a fi realizate prin activitatea desfășurată de întreprindere în cursul unei perioade*, pot fi:

a) „maximizarea profitului”, obiectiv formulat de **teoria economică neoclastică**, obiectiv care se realizează atunci când costurile marginale ale producției egalează veniturile marginale.

b) În ceea ce privește teoriile alternative privitoare la obiectivele întreprinderii, ele se împart în două categorii<sup>2</sup>:

1. **teoriile manageriale** care presupun că managerii încearcă să maximizeze anumite obiective, altele decât profiturile. Aici se includ:

- modelul propus de Baumol (Baumol W. J., Business Behaviour, Value and Growth, MacMillan, New York, 1959) bazat pe principiul că obiectivul primar al conducătorilor unei întreprinderi este cel de maximizare a venitului din vânzări când se atinge un nivel acceptabil de profit. Firma alege în primul rând nivelurile vânzărilor care egalează sau depășesc beneficiul minim, iar în cadrul lor optează pentru acelea care procură veniturile cele mai ridicate.

- modelul utilității manageriale a întreprinderii bazat pe libertatea de a hotărî a managerilor în firmele mari (adică acționarii nu-și exercită controlul direct asupra conducătorilor întreprinderii). Acest model a fost dezvoltat de O. Williamson (The Economics of Discretionary Behaviour: Managerial Objectives in a Theory of the Firm, Prentice-Hall, 1964);

- modelul dezvoltat de R. Marris care subliniază creșterea firmei ca obiectiv principal (Marris R., The Economic Theory of Managerial Capitalism, Free press, Glencoe, ILL, 1964).

2. **teorii comportamentale** care țin seama de faptul că managerii nu încearcă să maximizeze nici o variabilă, dar sunt motivați de anumite obiective alternative. Aceste teorii se bazează pe lucrarea lui H.A. Simion (Theories of Decision Making in Economics. American Economic Review, vol XLIX, 1959). Modelul lui Simion a fost completat de modelul lui Cyert și March în care firma a fost văzută ca o coalitție a diferitelor interese de grup (manageri, acționari, angajați, stat și creditori).

Un alt obiectiv urmărit de întreprindere îl constituie *politica de prețuri* prin care întreprinderea se apără de apariția eventualilor concurenți. Teoria tradițională a pieței cu concurență perfectă a postulat intrarea într-o ramură a concurenților ca fiind un fenomen normal ce conduce la o stare de echilibru când prețul (P) devine egal cu costul mediu pe termen lung ( $C_{ML}$ ). Modelul Bain a fost elaborat în ipoteza existenței unui preț care nu scade până la nivelul  $C_{ML} = \min$ , datorită unor bariere la intrarea în ramură. Prețul care previne intrarea într-o piață sau prețul limită este mai scăzut decât un preț de monopol, dar este cel mai ridicat pe care firmele existente îl stabilesc pentru a împiedica apariția de noi firme pe piață. Un astfel de preț permite obținerea unui profit care este inferior minimumului necesar pentru instalarea unor noi concurenți, dar în acest mod se asigură maximizarea profitului pe termen lung.

Diferența între prețul care previne intrarea ( $P_L$ ) practicat de întreprinderile existente deja pe piață și prețul stabilit de o piață cu concurență perfectă ( $P_C$ ) reprezintă condiția de intrare (E) care poate fi scrisă astfel:  $E = \frac{P_L - P_C}{P_C}$ , unde  $P_L = P_C(1+E)$ . Diferența  $P_L - P_C$  poartă denumirea de

<sup>2</sup> Neil Fuller, Fundamental economics, Tudor Publishing, Marea Britanie, 1990, pag. 201.

câștig de intrare și reflectă nivelul prețului la care o firmă existentă poate să crească prețul său deasupra prețului  $P_C$ , adică a costului mediu, iar condiția de intrare,  $E$ , reprezintă „recompensa” pe care o primesc întreprinderile existente în ramură, pentru a practica prețul  $P_L$ , mai mare decât  $P_C$ , fără a atrage noi concurenți.

Un astfel de obiectiv urmărește concomitent suprimarea supraprofitului, dar și evitarea pierderilor, fiind prezent la întreprinderile publice, administrate de stat sau administrații.

Literatura recentă despre teoria firmei vede firma ca pe o echipă ai căror membrii acționează în favoarea propriilor interese, dar care-și dau seama că bunăstarea lor depinde de supraviețuirea echipei în competiție cu alte echipe. Este vorba în acest caz de **teoria factorului** sau recunoașterea „drepturilor de proprietate”. Fiecare factor, fiecare grup de interese în firmă, acționează pentru maximizarea propriei poziții, fiind motivat de propriul interes

În **teoria financiară actuală** s-a reușit să se definească un obiectiv esențial operațional și anume acela de maximizare a valorii întreprinderii. Acest obiectiv, specific managementului financiar, se concentrează asupra folosirii cât mai eficiente a resurselor puse la dispoziția firmei de către acționarii acesteia.

Obiectivul de maximizare a valorii întreprinderii este adesea sprijinit și de alte obiective financiare intermediare care ajută firma să-și îndeplinească obiectivul general, dar prezintă unele neajunsuri asupra cărora trebuie acționat:

- maximizarea profitului, este un obiectiv valoros dar care tinde să se concentreze numai asupra rentabilității capitalului, fără a considera riscul relativ al investițiilor care se angajează; riscul excesiv, chiar dacă profitabil, tinde să reducă valoarea firmei pentru acționari;

- maximizarea profitului pe termen scurt este un obiectiv important pentru firmă deoarece firmele care nu au un profit bun pe termen scurt riscă adesea să nu supraviețuiască pe termen lung; totuși, unele acțiuni care conduc la creșterea profitului pe termen scurt (de ex. Scăderea cheltuielilor de cercetare și dezvoltare, sau a celor pentru întrețineri și reparații), reduc valoarea pe termen lung a firmei;

- maximizarea prețului acțiunilor este un obiectiv important în cazul unor piețe de capital eficiente care permit determinarea valorii adevărate a întreprinderii; cum însă piețele nu sunt complet eficiente, deciziile managementului care maximizează prețul pe termen scurt al acțiunilor, poate să deterioreze sănătatea financiară pe termen lung a firmei;

- maximizarea valorii activelor, realizată adesea prin achiziționarea de firme concurente, de furnizori sau clienți industriali, poate duce uneori (când costul achiziției depășește beneficiile obținute) la slăbirea financiară a firmei, chiar dacă ea devine mai mare;

- asigurarea de acces continuu la piețe de capital reprezintă un obiectiv important în măsura în care firma dorește a-și finanța cu împrumuturi externe realizarea activităților curente sau noile proiecte de investiții; concentrarea însă excesivă asupra accesului la piețele de capital ar putea duce la restricții suplimentare asupra activităților sale sau la înghețarea capitalului propriu în firmă.

Deoarece fiecare din aceste obiective financiare intermediare are atât aspecte pozitive, cât și negative, folosirea unui obiectiv compus, format din mai multe obiective secundare limitate, este probabil calea cea mai bună. Astfel avantajele fiecărui obiectiv sprijină creșterea bogăției acționarilor, fără a deteriora sănătatea financiară pe termen lung a firmei.

Întreprinderile pot să-și propună și alte obiective ale activității: independență financiară, putere, prestigiu, satisfacerea în condiții superioare a nevoilor consumatorilor prin produsele create și oferite, calitatea relațiilor cu personalul, etc. acestea sunt posibil de atins doar dacă sunt realizate profituri corespunzătoare. Pe termen lung, dacă întreprinderea nu obține profit, nici un alt obiectiv nu poate fi urmărit și ea dispare din circuitul economic. În condițiile formulării altor obiective, căutarea profitului (chiar și minim) este întotdeauna un obiectiv pentru întreprindere. Întreprinzătorii care își fixează alte obiective sunt determinați de către concurență spre căutarea profitului maxim. Pe piață, întreprinzătorii care caută maximum de profit vor avea productivitatea cea mai mare, costurile cele mai scăzute, un acces mai facil la finanțările externe. Ele vor putea

practica prețuri mai joase decât întreprinderile care nu acordă prioritate profitabilității și vor putea atrage spre produsul lor o parte crescândă a clientelei. Pe termen lung, singurele care vor supraviețui vor fi întreprinderile care au dat prioritate căutării profitului.

Finalitățile întreprinderii, deci obiectivele sale fundamentale rămân, însă profitul, creșterea sau dezvoltarea, securitatea și responsabilitățile sociale și acestea sunt condiționate atât de calitatea și structura climatului intern, cât și de calitatea și amploarea relațiilor cu mediul extern.

Mediul exterior al întreprinderii include un ansamblu de elemente de natură foarte diferită - politică, socială, economică, științifică, tehnologică, juridică, culturală, psihologică, geografică, ecologică etc. - manifestat pe plan național și internațional, care acționează asupra întreprinderii nu în mod izolat, ci în strânsa lor interdependență.

Mediul extern al unei întreprinderi poate fi împărțit în: micromediul și macromediul.

**Micromediul întreprinderii** cuprinde acei factori externi care influențează în mod direct, nemijlocit întreprinderea, iar aceasta poate exercita un anumit control asupra lor, influențând la rândul ei prin acțiuni specifice configurația micromediului. Acesta cuprinde:

- furnizorii, care îi oferă întreprinderii resursele materiale, umane sau financiare necesare pentru desfășurarea propriei activități. Furnizorii trebuie priviți nu numai în accepțiunea lor tradițională, ci și ca prestatori de servicii private sau publice (unități de transport, reparații și întreținere, telefon etc.) sau furnizori de resurse umane (oficii de distribuire a forței de muncă, organizatori de târguri și joburi, unități de învățământ și pregătire profesională).

- consumatorii finali și intermediari reuniți sub conceptul de clienți ai întreprinderii, adică acele persoane juridice și fizice cărora întreprinderea le oferă produsele sau serviciile sale.

- sindicatele și acționariatul care aparțin categoriei deținătorilor de interese în ceea ce privește întreprinderea. Sindicatele sunt interesate de profitabilitatea întreprinderii precum și de modul în care se reflectă acestea în câștigurile personalului și de siguranța locurilor de muncă. Acționariatul este interesat, pe de-o parte de maximizarea valorii patrimoniului întreprinderii în capitalul căreia deține acțiuni, iar pe de altă parte de rentabilitatea capitalului investit, tradusă în dividendele încasate sau încasabile.

- Instituțiile financiare

**Macromediul întreprinderii** cuprinde un set complex de variabile care împreună formează un cadru guvernat de următorii factori: factorii economici, factorii tehnici și tehnologici, factorul demografic și structura populației, factorii socio-culturali, factorii politico-legislativi și factorii naturali.

<b>ECONOMICE</b>	<b>POLITICO-LEGISLATIVE</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ conjunctura generală și sectorială</li> <li>▪ evoluția consumului și veniturilor</li> <li>▪ posibilitățile de finanțare</li> <li>▪ rata dobânzilor</li> <li>▪ cursul de schimb</li> <li>▪ fiscalitatea</li> <li>▪ incidența politicilor economice</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ influența partidelor politice și a doctrinelor lor</li> <li>▪ intervenționismul statului</li> <li>▪ politica externă</li> <li>▪ cadrul juridic al activității întreprinderii</li> <li>▪ reglementări diverse, norme</li> <li>▪ autoreglementare</li> </ul>
<b>TEHNOLOGICE</b>	<b>SOCIO-CULTURALE</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ cercetarea tehnică și științifică</li> <li>▪ inovațiile tehnologice</li> <li>▪ dispersia internațională a noilor tehnologii</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ evoluția normelor, obiceiurilor și valorilor</li> <li>▪ evoluția stilului de viață</li> <li>▪ atitudinea vizavi de muncă și educație</li> </ul>
<b>DEMOGRAFICE</b>	<b>NATURALE</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ dinamica populației</li> <li>▪ evoluțiile structurale ale populației în funcție de vârstă, sex, categorie profesională, etnie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ dezvoltarea ecologismului</li> <li>▪ costuri ridicate pentru protejarea mediului natural</li> </ul>

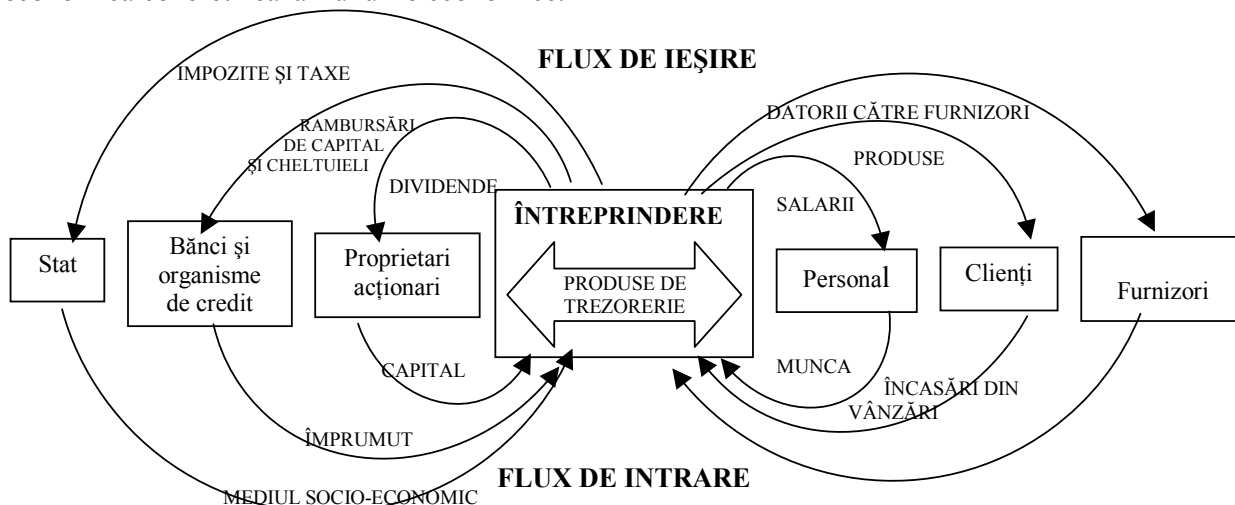
#### **Lista variabilelor din macromediul firmei**

Mediul întreprinderii nu este organizat pentru a răspunde viziunii și intereselor acesteia ci dimpotrivă, multe componente ale mediului îi pot fi potrivnice și de aceea întreprinderea este cea care trebuie să se adapteze permanent la schimbările de mediu, iar adaptarea presupune în primul rând cunoaștere și informație.

Este de remarcat faptul că forțele macromediului și cele ale micromediului se întrepătrund adesea și se potențează reciproc în influența lor asupra firmei.

Între întreprindere sistem deschis și mediul său exterior se stabilesc o serie de relații prin care se influențează reciproc. Întreprinderea influențează mediul prin: produsele și serviciile sale pe care le difuzează în cadrul acestuia; nucleul de salariați specializați pe care îi cuprinde și care contribuie la formarea unei culturi profesionale și la difuzarea acesteia în mediu; faptul că, asigurând locuri de muncă propriilor salariați, își extinde efectele benefice și asupra familiilor acestora; acțiunile socio-culturale pe care le patronează sau la care participă; informațiile pe care le difuzează privitoare la propria activitate; fondurile bănești care i se percep sub formă de impozite, taxe, amenzi, etc. sau pe care le oferă pentru finanțarea unor acțiuni economice, sociale, culturale, etc. Mediul exterior influențează întreprinderea ce acționează în cadrul lui și activitatea acesteia prin informațiile cu care se alimentează (privind cererile pieței, oferta de factori de producție, tendințele existente sau care se prefigurează etc.), resursele pe care i le pune la dispoziție, cerința adoptării unor forme organizatorice și metode de conducere adecvate frecvenței, complexității și amplitudinii schimbărilor, necesitatea multiplicării punctelor de contact între compartimentele și salariații întreprinderii și organisme și agenții economici care formează mediul respectiv, fapt ce determină nivelul general de cultură, de conștiință profesională și civică, de profesionalizare a salariaților întreprinderii<sup>3</sup>.

Mișcările permanente de bunuri materiale și servicii, de resurse economice, disponibilități bănești, etc. între agenții economici și mediul exterior în calitate de participanți la activitatea economică concretizează fluxurile economice.



**Fig. nr.1.5. Relația întreprinderii cu mediul exprimată prin fluxuri**

Sursa: Marius Herbei, *Echilibrul financiar al firmei*, Editura Mirton, Timișoara, 1998, pag. 7.

#### BIBLIOGRAFIE:

1. Constantin Bărbulescu, Tatiana Gavrila coordonatori, *Economia & gestiunea întreprinderii*, Editura Economică, București, 1999.
2. Marius Herbei, *Echilibrul financiar al firmei*, Editura Mirton, Timișoara, 1998.
3. Giurgiu, A. I., *Mecanismul financiar al întreprinzătorului*, Editura Dacia, Cluj-Napoca, 1995.
4. Corneliu Russu, *Management*, Editura Expert, București, 1993.

<sup>3</sup> Corneliu Russu, *Management*, Editura Expert, București, 1993, pag. 53-55.