

РЕГИОНАЛЬНЫЙ ЦЕНТР
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ И ПОЛИТИЧЕСКИХ
ИССЛЕДОВАНИЙ «ОБЩЕСТВЕННОЕ СОДЕЙСТВИЕ»

**ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ:
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

*Сборник научных статей
по итогам международной научно-практической конференции
г. Волгоград, 15-16 ноября 2010 г.*

В двух частях

ЧАСТЫ

*Под редакцией
доктора экономических наук, профессора И.Е. Бельских
и доктора философских наук, профессора В.Н. Гуляхина*

ВОЛГОГРАДСКОЕ НАУЧНОЕ ИЗДАТЕЛЬСТВО
2010

ББК 65.05
Э40

Экономика и управление: проблемы и перспективы развития: Сборник научных статей по итогам международной научно-практической конференции, г. Волгоград, 15-16 ноября 2010 г.: В 2 ч. Ч. I / Под ред. д.э.н., проф. И.Е. Бельских и д.ф.н., проф. В.Н. Гуляихина. - Волгоград: Волгоградское научное издательство, 2010. - 212 с.

ISBN 978-5-98461-795-6

Сборник включает статьи участников международной научно-практической конференции «Экономика и управление: проблемы и перспективы развития», прошедшей 15-16 ноября 2010 г. в г. Волгограде на базе Регионального центра социально-экономических и политических исследований «Общественное содействие». Статьи посвящены актуальным вопросам экономической, управленческой теории и практики, изучаемыми учеными из разных стран - участниц конференции.

Статьи публикуются в авторской редакции.

ББК 65.05

ISBN 978-5-98461-795-6

- © Региональный центр социально-экономических и политических исследований «Общественное содействие», 2010
- © Волгоградское научное издательство, 2010

МОДЕЛЬ АКТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ ВО ВНЕШНЕЙ СРЕДЕ И ТРАКТОВКА ОБЪЕКТА УПРАВЛЕНИЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА СОВРЕМЕННОЙ ФИРМЫ

С середины 60-х гг. XX в. начался переход фирм от пассивной к активной модели поведения во внешней среде. Для проведения различий между ними целесообразно охарактеризовать пассивные и активные цели, методы и формы воздействия фирмы на объекты внешней среды (табл. 1).

Таблица 1

Активные и пассивные цели, методы
и формы воздействия фирмы на объекты внешней среды

	Пассивные	Активные
Ц Е Л И	Использование обычного поведения объектов внешней среды в интересах фирмы и устранение последствий уже оказанных объектами внешней среды негативных воздействий на ее деятельность ¹	Изменение обычного поведения объектов внешней среды в интересах фирмы и недопущение негативных воздействий объектов внешней среды на деятельность фирмы ²
М Е Т О Д Ы	Методы воздействия, вызывающие обычные реакции объектов воздействия, а также предусмотренные законом методы восстановления нарушенных интересов фирмы, в том числе, косвенные, например, применяемые судом ³	Методы воздействия, направленные на изменение обычного поведения объектов воздействия, а также разнообразные способы защиты интересов, кроме тех, которые относятся к пассивным (см. табл. 2)
Ф О Р М Ы	Общая (неадресная) реклама и передача сообщений посредством неличных каналов коммуникации (по почте и др.)	Осуществление адресных сообщений и использование личных каналов коммуникации

¹ Поставка поставщиком предметов труда, которые он сам предлагает, приобретение покупателем товара, уже представленного на рынке, на рыночных условиях, исполнение партнером нарушенных обязательств и др.

² Приобретение покупателем нового товара, разработанного фирмой, изготовление поставщиком средства труда по индивидуальному заказу, предупреждение неисполнения обязательств перед фирмой в случае обнаружения у партнера соответствующего намерения и др.

³ Предложение партнерам действующих на рынке условий сотрудничества, требование об исполнении нарушенных обязательств, официальные обращения к правительственным органам и др.

Для понимания качественных изменений в характере воздействий фирмы на объекты внешней среды при переходе к использованию активных методов воздействия важна их подробная характеристика (табл. 2).

Таблица 2

Типы и примеры активных методов воздействия

Типы	Примеры
1. Методы, содержанием которых является предложение партнерам более выгодных условий сотрудничества, нежели чем те, которые представлены на рынке	Предложение покупателям новых стандартных товаров, предложение покупателям товаров, учитывающих их индивидуальные особенности, изменение количественных условий договоров по сравнению с рыночными в пользу партнеров (цены, сроков поставки и пр.)
2. Методы косвенного воздействия, т.е. воздействия, оказываемого посредством других объектов внешней среды, кроме мер, предпринимаемых правоохранительными органами для защиты законных прав фирмы и снижения спроса покупателей на товары фирмы-конкурента	Воздействие на магазины, закупающие товары у фирмы, увеличением спроса на эти товары со стороны потребителей, вызванного рекламной компанией, организованной фирмой, воздействие на конкурента посредством решения правительственного органа, принятого в интересах фирмы
3. Методы воздействия на внутренние процессы объектов воздействия производственного характера, кроме тех, которые осуществляются правоохранительными органами в законном порядке	Поджог склада покупателя, опечатывание помещений партнера правоохранительными органами, действующими в интересах фирмы
4. Способы воздействия на ход процессов принятия управленческих решений в объектах воздействия, в том числе, А) методы воздействия на процессы исследования и Б) методы воздействия на ресурсы, используемые в процессах принятия управленческих решений	А) Разъяснение полезных свойств предлагаемого товара, наилучших способов его использования, воздействие прогнозами развития ситуации вокруг объекта воздействия. Б) Методы воздействия на входящую информацию, технические средства, используемые при выработке решений, базы данных, методики, используемые в процессах принятия решений, методы склонения лиц, участвующих в процессах принятия решений, к действиям в интересах фирмы

Для модели пассивного поведения фирмы во внешней среде характерна лишь одна активная цель воздействия на внешнюю среду - приобретение покупателями нового стандартного товара, разработанного фирмой (вернее - получение от них большего количества денег на единицу себестоимости передаваемых им товаров), и лишь один активный способ воздействия на нее - предложение покупателям этого товара. Активное поведение характеризуется преобладанием активных целей, методов и форм воздействия на объекты внешней среды.

В современной литературе по менеджменту разнообразны активные цели, методы и формы воздействия современных фирм на объекты внешней среды обобщенного и целенаправленного освещения не получают, модели пассивного и активного поведения фирмы не выделяются и не противопоставляются друг другу. Причина - влияние на теорию управления фирмой созданного в середине XX в. Л. Берталанфи и его сторонниками системного подхода (таких признаков систем, как адаптивность, саморегулирование на основе обратной связи, гомеостазис), сводящего свойства фирмы к свойствам организмов (и соответствующим им свойствам саморегулирующихся технических систем). Аналогии с организмами могут принести пользу лишь на ранних стадиях исследования экономических объектов или на ранних стадиях их развития. По этой причине системный подход как методология менеджмента фактически «консервирует» теорию управления фирмой на уровне реалий середины прошлого века, которым соответствует модель пассивного поведения фирмы во внешней среде.

Качественные изменения в характере воздействий на внешнюю среду при переходе к активной модели фактически превратили эти воздействия в методы управления внешней средой, в связи с чем требует соответствующего расширения понятие «объект управления в деятельности менеджмента фирмы». Объектом управления в деятельности менеджмента современной фирмы выступает не фирма, а предпринимательская система, представляющая собой набор социально-экономических объектов, непосредственно используемых для достижения целей фирмы. В нее входят финансовая и производственная части производственной подсистемы фирмы¹, объекты внешней среды, представляющие собой базовые условия деятельности фирмы (поставщики производственных ресурсов, покупатели, кредиторы, акционеры, заемщики, обслуживающие банки, страховые компании, налоговые органы, органы, разрешающие деятельность, таможенные органы и т.д.), различные объекты в окружении объектов внешней среды фирмы, которые оказывают фирме помощь в оказании воздействий на них (например, правоохранительные органы из окружения конкурентов). В качестве элементов предпринимательской системы также можно рассматривать элементы товаропроводящей сети, включая конечных потребителей (оптовые фирмы, розничные фирмы, потребители), что соответствует духу современного маркетинга.

¹ Финансовая часть - элементы бухгалтерии, осуществляющие получение, хранение и передачу денег, производственная часть - склады сырья и материалов, склады готовой продукции, цеха, мастерские, отделы снабжения и реализации, транспортное подразделение.

За «широкую» трактовку объекта управления со стороны менеджмента фирм говорят также такие явления, как существование фирм, состоящих из одного директора (в этом случае физически на место элементов фирмы в деятельности директора встают объекты внешней среды фирмы), аутсорсинг (передача на исполнение сторонним организациям производственных и управленческих процессов фирмы), приводящий к тому, что подразделения фирмы фактически превращаются в объекты внешней среды, сходство методов и форм воздействия на подразделения фирмы и объекты внешней среды, наконец, единая природа наемных работников фирмы, рассматриваемых как элементы фирмы, и фирм-поставщиков, представляющих собой объекты внешней среды фирмы, как поставщиков производственных ресурсов для фирмы.

В современном менеджменте под методами управления, применяемыми менеджментом фирмы, понимаются исключительно методы воздействия на элементы фирмы, под объектом управления в деятельности менеджмента фирмы понимается исключительно сама фирма. Причина - влияние на науку системного подхода. Подобное представление об объекте управления было сформировано в работе американских ученых Р. Джонсона, Ф. Каста и Д. Розенвейга «Системы и руководство» (1962 г.), целенаправленно применивших для разработки основ современной теории управления фирмой системный подход Л. Берталанфи. В качестве объекта проектирования при проектировании какой-то системы они указывают только саму эту систему. Это - следствие формирования представления об объекте проектирования на основе анализа разработки систем «человек - машина», в частности, процесса проектирования системы для выписки счетов при почтовых операциях. Разработчики таких систем не занимаются разработкой необходимых изменений в деятельности объектов их внешней среды (характеристики их уже «измененной» деятельности используются ими в качестве целей и ограничений при разработке систем), пишут инструкции только для организации работы самих этих систем.

В качестве объекта контроля со стороны блока управления какого-то объекта, охваченного обратной связью, авторы «Систем и руководства» рассматривают только его производственную подсистему. Это - следствие формирования представления об объекте контроля на основе анализа работы блока управления в комнатном электрическом обогревателе, в качестве модели которой рассматривался признак «саморегулирование на основе обратной связи». Принципиально важно то, что в соответствующем примере саморегулирования в качестве объекта воздействия (хотя и косвенного) не рассматривалась внешняя электрическая сеть, реакция которой (отключение или подача электроэнергии) используется термостатом для достижения целей корректирующих воздействий на активный элемент обогревателя. Причина состоит в том, что в подобных примерах саморегулирования используемые реакции объектов внешней среды являются неизменными, в связи с чем на данных объектах как на объектах целенаправленного воздействия со стороны блоков управления внимание не акцентируется. Совершенно иное дело - объекты внешней среды экономических объектов, в частности, фирмы. Их реакции на те или иные действия этих

объектов постоянно изменяются, что является проявлением такой особенности экономических процессов, как постоянное изменение их причин. При разработке корректирующих воздействий, даже если их непосредственными объектами выступают только элементы фирмы, всегда приходится учитывать возможные отклонения в реакциях объектов внешней среды. Это побуждает даже в таких случаях рассматривать их как объекты воздействия со стороны фирмы.

Список использованной литературы:

1. Джонсон Р., Каст Ф., Розенцвейг Д. Системы и руководство: Пер. с англ. - М.: Советское радио, 1971.
2. Лебедев К. Н. Системный подход и методология менеджмента. - М.: Красная звезда, 2008.