

СОФТ-ФАКТОРЫ МЕНЕДЖМЕНТА В ОТРАСЛЯХ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

MANAGEMENT SOFT-FACTORS IN INDUSTRIES

Л. В. Фаткин, доктор экономических наук, профессор

А. Д. Петросян, кандидат экономических наук

В современных теориях и концепциях менеджмента не уделяется должного внимания проблеме систематизации и анализа нематериальных ресурсов менеджмента, так называемых «мягких факторов» или софт-факторов. Софт-факторы менеджмента в отраслях промышленности можно трактовать расширительно. Рассмотрен пример расширительной трактовки софт-факторов менеджмента в системе государственного регулирования внешнеэкономической деятельности в отраслях промышленности. Выделены и определены организационно-управленческие софт-факторы с установлением их рейтинговой оценки.

No proper attention is given in existing management theories and concepts to systematization and analysis of non-material management factors, so-called «soft-factors». In industries, management soft-factors may be treated in a broader way. An example of a broader treatment of management soft-factors is given for the system of state regulation of foreign trade activities in industries along with specification, determination and rating of organizational and administrative management soft-factors.

Théorien et conceptions de la gestion existantes n'accordent pas d'attention suffisante à la systématisation et l'analyse des facteurs immatériels nommés «facteurs doux». En industries, on peut traiter les facteurs doux à la façon plus wide. Un exemple du traitement wide des facteurs doux est donné pour le système de la régulation étatique de la commerce étrangère en domain d'industries avec la systématisation, la détermination et le rangement des facteurs doux organisationnels et administratifs de la gestion.

Die Theorien und Konzepte der Verwaltung schenken ungenügend Aufmerksamkeit auf Systematisierung und Analyse der nicht materialen, so- genannten «weichen Faktoren». In Industrien, weiche Faktoren können im weiten Sinne beobachtet werden. Man beschreibt ein Beispiel der weitersinnigen Beobachtung der weichen Faktoren des Systems der Fremdhandelsstaatsregulierung und gibt Bestimmung, Systematisierung und Rangierung der entsprechenden weichen Organisation- und Administrationsverwaltungsfaktoren.

Ключевые слова: софт-фактор, менеджмент; отрасль промышленности, внешнеэкономическая деятельность, систематизация; рейтинговая оценка.

Key words: soft-factor, management; industry, foreign trade activity, systematization, rating.

Mots clefs: facteur doux, gestion, industrie, activité commerciale étrangère, systématisation, rangement.

Schlüsselwörter: weicher Faktor, Verwaltung, Fremdhandelstätigkeit, Systematisierung, Rangieren.

Специалисты по теории менеджмента до сих пор не пришли к единому мнению по составу факторов производства или экономической деятельности. В современных теориях и концепциях менеджмента [3, 4, 5, 6] не уделяется должного внимания проблеме анализа так называемых «мягких» факторов (или софт-факторов) менеджмента. Проблема исследования роли софт-факторов менеджмента в отраслях промышленности не исследована в достаточной степени. Это особенно актуально в условиях модернизации и инновационного развития экономики России и ее промышленного комплекса. В статье предлагается расширительная трактовка софт-факторов менеджмента в отраслях промышленности на примере системы государственного регулирования внешнеэкономической деятельности в отраслях промышленности, определены экономические, правовые, политические и финансовые факторы, а также организационно-управленческие софт-факторы с рейтинговой оценкой последних.

Жан-Батист Сэй, закладывая начала так называемой «трехфакторной теории», провозгласил, что источником ценности вновь созданной продукции,

товара или услуги является не один-единственный фактор – труд, но целостная совокупность первичных, как он их назвал, факторов, поэтому стоимость материальных благ представляет собой производное от соединения труда, земли и капитала [2].

Со временем число релевантных целей экономического и управленческого анализа факторов производства всё увеличивалось, а представление о них настолько усложнилось, что к ним стали причислять вообще все материальные и нематериальные активы, а затем добавили ещё средства и условия экономической деятельности. Более того, к факторам производства стали относить институциональные ограничения на свободу выбора целей, средств и планов экономического поведения.

Таким образом, если попытаться обобщить все сущности, относимые к числу факторов производства или ресурсов экономической деятельности, то к классической триаде «труд», «земля» и «капитал» следует добавить информацию, знания, технологии, конкуренцию, формальные и неформальные

институты, фактор хаососложности или неопределенности, покупательскую способность, дух предпринимательства, свободу и ответственность, организационные, управленческие и межличностные отношения. В этот перечень нужно включить также и «мягкие» ресурсы или софт-факторы, такие как честность, доверие, лояльность, репутация, имидж фирмы и её руководителей, философия, идеология, брендинг, ценности и другие составляющие корпоративной культуры фирмы. В появившихся в последние годы трудах по управлению знаниями в роли софт-факторов или нематериальных ресурсов фигурируют интеллектуальный капитал и интеллектуальная собственность. Со своей стороны, специалисты по социэкономике к софт-факторам экономической деятельности причисляют социальную справедливость, социальную ответственность, социальную безопасность и социальную устойчивость [9].

Нужно отметить, что проблема систематизации нематериальных активов экономической деятельности оказалась несколько запутанной, не в последнюю очередь из-за терминологических трудностей. В теории экономического анализа существует определение нематериальных активов, утвержденное Положением по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» Минфина РФ (ПБУ 14/2007). Помимо произведений науки, литературы и искусства, программ для электронных вычислительных машин; патентов и авторских свидетельств на изобретения, селекционных достижений, секретов производства (ноу-хау) и товарных знаков, к ним относят также деловую репутацию как физических, так и юридических лиц. Однако после пионерных работ Л.И. Абалкина [1], и Ф. Фукуямы [10] к этому списку нематериальных активов с полным правом следовало бы добавить ещё и те категории, которые прямо или косвенно связаны с проявлением человеческого фактора.

Исходя из этого, к числу базовых «мягких факторов» или софт-факторов менеджмента в отраслях промышленности предлагается относить такие социально-психологические по своей сущности понятия, как толерантность, квалификация, знания, навыки и умения работников, стиль и методы руководства, организаторские способности менеджеров, социально-психологический климат коллектива и пр. В своей совокупности «софт-факторы» образуют присущую жителям данной страны культуру, понимаемую как наработанный веками набор социальных установок, ценностных ориентаций, образцов поведения, ритуалов и привычек. Достаточно четко и непротиворечивым способом выделить и перечислить все известные софт-факторы довольно трудно.

О роли и значении некоторых из перечисленных софт-факторов экономической деятельности много сказано и написано, другим повезло меньше. В частности, интересные работы по проблемам доверия и лояльности принадлежат Э. Шейну [12] и К.В. Харскому [11]. Тема брендинга освещается даже в специальном журнале, который выходит под тем же названием, обширная литература существует по социально-психологической проблематике и в целом по человеческому фактору, но роль личностных и профессиональных качеств должностных лиц как софт-факторов менеджмента, в частности, в отраслях промышленности, освещена пока ещё недостаточно.

Интересную подборку мнений русских экономистов прошлого о значении «мягких факторов производства» мы находим у Л.И. Абалкина [1]. Оказывается, в конце XIX и в начале XX века появились их научные труды, где к числу экономических факторов они предложили причислить честность, репутацию, реноме, взаимное доверие. В частности, академик И.И. Янжул в статье «Экономическое значение честности (забытый фактор производства)» замечает, что ни одна из добродетелей, создающих наибольшие богатства в стране не имеет такого крупного значения, как честность. Поэтому все цивилизованные государства считают своим долгом обеспечить существование этой добродетели самыми строгими законами и требовать их исполнения [13].

Этноисторические и этнопсихологические особенности населения страны, которые и определяют социальные и социально-психологические софт-факторы экономической деятельности, препятствуют, несмотря на все старания, пересадить на нашу почву зарубежные модели менеджмента. В учебнике «Менеджмент» показано, что особенности российского менталитета накладывают свой неповторимый отпечаток на социально-психологические отношения в отечественных компаниях, чем, первую очередь, предопределяется своеобразие российского менеджмента [5].

В литературе активно обсуждаются различные финансовые, коммерческие, политические, технологические и другие причины резкого обострения кризисных явлений в конце 2008 года, но о такой причине, как кризис доверия, если иногда и упоминается, то подробно этот феномен не анализируется. Проблему доверия в экономических отношениях подробно проанализировал в своей книге под тем же названием известный американский ученый Фрэнсис Фукуяма. Ф. Фукуяма пишет, что введенное Г. Беккером понятие «человеческий капитал», принятое экономистами и в настоящее время получившее широко употребление, указывает на тот факт, что в современных условиях капиталом

являются не столько природные ресурсы, заводы, инструменты, станки и железные дороги, сколько знания, межличностные отношения, мотивы организационного поведения и квалификация людей, причем значение указанных факторов постоянно растет. Ф. Фукуяма утверждает, что помимо квалификации и знаний, человеческий капитал – это в определенной степени и способность людей общаться друг с другом, что имеет важнейшее значение не только для хозяйственной активности, но буквально для всех аспектов общественной жизни. Способность к общению, к коллективным действиям, в свою очередь, зависит от того, в какой степени те или иные сообщества придерживаются сходных норм и ценностей и могут подчинять интересы отдельных личностей интересам больших групп. На основе таких общих ценностей возникает доверие, которое имеет большую и вполне конкретную экономическую ценность [10].

В отраслях промышленности одними из ключевых являются такие софт-факторы менеджмента как организационные, управленческие и межличностные отношения. Под этим обычно подразумевают деловые контакты, но поскольку в реальной деловой практике деловые отношения, даже если снять с них эмоциональную окраску, невозможно отделить от межличностных, то в теории организационного поведения и в софт-менеджменте в рассмотрении включают и личные связи, личные контакты, знакомства, социальные зависимости, фамилизм, трайбализм, различные формы влияния властных интерперсональных отношений.

Нетрудно убедиться в том, что именно личные связи являются наиболее активным фактором из всех перечисленных выше, их можно уподобить дрожжам, ферментам, катализаторам, без которых нельзя организовать сколько-нибудь серьезный бизнес. Известен целый ряд публикаций на эту тему, но мало кто из деловых людей и специалистов по менеджериальным наукам придает значение этому софт-фактору экономической деятельности.

Более широким понятием чем «фактор производства», по нашему мнению, является «фактор управления». Факторы управления включают в себя не только факторы производства, а если быть более точным, факторы всех стадий воспроизводственного цикла производства, распределения, обмена и потребления, но и факторы управления на этих стадиях. Факторы управления являются основой для построения методов управления, иными словами, способов воздействия на эти или иные факторы для достижения различных целей. Под методом управления обычно понимают совокупность приемов и способов воздействия на управляемый объект для достижения целей либо способы воздействия управляющей подсистемы – субъекта

управления на управляемую подсистему – объект управления для достижения поставленных целей. В теории управления обычно различают экономические, финансовые, административные (или организационно-распорядительные), правовые и социально-психологические факторы.

Исходя из этого, определим факторы управления на примере системы государственного регулирования внешнеторговой деятельности в отраслях промышленности [7, 8]. Экономические факторы государственного регулирования внешней торговли используются в ходе применения экономических методов: это планы внешнеторговых поставок по экспорту и импорту, тарифы, пошлины, цены, квоты, импортные налоги, депозиты, эмбарго. Финансовые факторы – государственные, в частности банковские: факторинг, форфейтинг и фирменные (вексельный кредит и кредит по открытому счету) кредиты, а также кредиты международных организаций и смешанные кредиты, которые служат обеспечением торговой сделки в целях покупки (продажи) товаров; валютные операции. Правовые факторы: совокупность норм, изложенных в законах Российской Федерации, которые либо прямо распространяются на сферу внешнеторговой деятельности, либо оказывают на нее непосредственное влияние, а также общепризнанные нормы международного права и международные договоры в области экономических отношений: законодательные акты, регулирующие внешнеэкономическую деятельность, указы Президента РФ, постановления Правительства РФ, различные нормативные акты соответствующих министерств и ведомств, а также подзаконные акты, действующие в административно-правовом регулировании внешнеторговой деятельности, лицензии на экспорт и импорт, запреты и ограничения экспорта и импорта.

Кроме того, учитывая специфику внешнеторговых отношений между странами, нами дополнительно рассматриваются и политические факторы: политический строй в стране, наличие политических противоречий, в частности войн, между странами, вхождение стран в различные международные организации и политические блоки.

Что касается социально-психологических методов управления, то они, а также частично административные или организационно-распорядительные методы, оперируют организационно-управленческими факторами, являющимися по сути своей софт-факторами менеджмента в отраслях промышленности. В состав организационно-управленческих факторов, применительно к государственному регулированию внешней торговли в отраслях промышленности, нами на основе анализа научной литературы и опроса экспертов

включены: организационная культура, внешний имидж работников, деловая репутация работников, качество руководства органом государственного регулирования, коммуникативные качества работников, качество и культура взаимодействия с внешнеторговыми партнерами, а также управленческие технологии, то есть совокупность методов и типовых процедур (операций) управления, направленных на эффективное осуществление общих и конкретных функций управления в сфере внешней торговли. Управленческие технологии в сфере государственного регулирования внешнеторговой деятельности в отраслях промышленности включают в себя, в частности: технологии диагностики, оценки и прогноза внешней торговли; технологии разработки проектов национальной стратегии, отраслевых и региональных программ развития внешней торговли и разрешения конкретных внешнеторговых конфликтов; технологии экспортного маркетинга, включая разработку стратегий и программ развития экспорта, планирование и организацию изучения рынков на территории иностранных государств с целью эффективного продвижения на них отечественной продукции с учетом условий сбыта, деловых обычаев, национальных традиций, валюты и социально-культурной среды; технологии импортного маркетинга, в том числе разработку стратегий и программ развития импорта; исследования внутренних рынков и создание инфраструктурных условий внутренних рынков для обеспечения высокоэффективных импортных закупок (импортный маркетинг) [8].

Именно организационно-управленческие факторы являются, с одной стороны, интегратором всех остальных факторов, а с другой стороны, они приводят, активизируют и вовлекают в процесс государственного регулирования все остальные факторы управления. Роль организационно-управленческих факторов в системе государственного регулирования внешней торговли в отраслях промышленности в условиях глобализации экономических отношений резко повышается. С одной стороны, система государственного регулирования внешней торговли вообще, и промышленной продукцией, в частности, должна сочетать научные принципы управления и неформализованные профессиональные знания, которые представляют собой одновременно опыт и искусство управления. С другой стороны, система государственного регулирования внешней торговли в отраслях промышленности находится в постоянном взаимодействии с аналогичными системами других стран и представляет собой важнейший организационно-управленческий фактор конкурентоспособности национальной экономики.

Проведенная нами с помощью экспертов пилотажная рейтинговая оценка применения организационно-управленческих факторов и технологий в системе государственного регулирования внешней торговли в отраслях промышленности показала, что в наибольшей степени исследованы и учитываются на практике экономические, правовые, политические и финансовые (по убыванию значимости) факторы. В наименьшей степени в системе государственного регулирования внешней торговли в отраслях промышленности исследованы и учитываются организационно-управленческие факторы и технологии. Среди этих факторов по степени уменьшения исследованности и учета следуют внешний имидж работников, качество и культура взаимодействия с внешнеторговыми партнерами, качество руководства органом государственного регулирования, коммуникативные качества работников, деловая репутация работников, организационная культура, управленческие технологии в целом, маркетинговые технологии и технологии регулирования внешнеторговых конфликтов.

В итоге, мы приходим к выводу о фундаментальном значении софт-факторов экономической деятельности в теории и практике менеджмента в отраслях промышленности. Требуется систематизация софт-факторов менеджмента в отраслях промышленности, разработка методики их оценки и влияния на процессы управления, а также разработка технологий регулирования и вовлечения этих факторов в модернизацию и инновационное развитие промышленного комплекса страны.

Литература

1. Абалкин Л. Система ценностей в российской экономической мысли (о книге «Русские экономисты (XIX – начала XX века)» // Вопросы экономики. – 1998. – № 9.
2. Бартенев С.А. История экономических учений в вопросах и ответах. М.: Юристъ, 1998.
3. История менеджмента: учебное пособие / Э.М. Коротков и др. М.: ИНФРА-М, 2010.
4. Латфуллин Г.Ф., Лялин А.М. Теория менеджмента: учебник для вузов. М.: Питер, 2010
5. Менеджмент (Современный российский менеджмент): учебник для вузов М.: ФБК-ПРЕСС, 2000.
6. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: пер. с англ. М.: Дело, 2000.
7. Петросян А.Д. Методологические основы управления внешней торговлей в отраслях промышленности // Развитие методологии современного менеджмента. М.: Прометей, 2011. – С. 53–103.

8. Петросян А.Д. Управленческие технологии государственного регулирования внешней торговли // Маркетинг в России и за рубежом. – 2011. – № 6.
9. Петросян Д.С. Фаткина Н.Л. Организационное поведение. Новые направления теории: учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2011.
10. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию: пер с англ. М.: АСТ, 2004.
11. Харский К.В. Благонадежность и лояльность персонала. СПб.: Питер, 2003.
12. Шейн Э. Организационная культура и лидерство: пер. с англ. СПб.: Питер, 2002.
13. Янжул И.И. Экономическое значение честности. Забытый фактор производства // Миллионы и что с ними надо делать. М.: Общество купцов и промышленников России, 2006.

Фаткин Л. В. – доктор экономических наук, профессор, главный научный сотрудник Научно-исследовательского института экономики и информатизации социальной сферы

Fatkin L. V. – Doctor of Economic Sciences, Professor, Chief Scientific Worker, Social Sphere Economics and Informatization Research Institute

Петросян А. Д. – кандидат экономических наук, консультант Департамента государственного регулирования внешнеторговой деятельности Министерства промышленности и торговли Российской Федерации

Petrosyan A. D. – Candidate of Economic Sciences, Consultant, Foreign Activities State Regulation Department, Russian Federation Industry and Trade Ministry

e-mail: pet_dav@mail.ru;

