

Управленческие воздействия на объекты внешней среды фирмы

© 2010 К.Н. Лебедев

кандидат экономических наук

Московский государственный институт электроники и математики

(Технический университет)

E-mail: OET2004@yandex.ru

В статье рассмотрены системы объектов внешней среды, формируемой и используемой менеджментом современных фирм, содержащей многозвенные цепи взаимовлияния фирмы и объектов ее внешней среды, причем их любые звенья могут быть представлены как единичными объектами, так и агрегированными объектами любого уровня.

Ключевые слова: внешняя среда фирмы, объекты внешней среды, управленческие воздействия.

В основе системы объектов внешней среды, формируемой и используемой менеджментом современных фирм, лежат многозвенные цепи взаимовлияния фирмы и объектов ее внешней среды, причем их любые элементы могут быть представлены как единичными объектами, так и агрегированными объектами любого уровня (отраслями, экономиками регионов и стран и др.), как социальными, так и природными объектами.

Для выявления объектов внешней среды используется следующая методика: на 1-м шаге выявляются объекты внешней среды фирмы, которые могут оказать на нее непосредственное воздействие по линии передачи вещества и энергии и по линии подчинения (покупатели, поставщики, правительственные органы, принимающие решения, обязательные для исполнения, и др.); на 2-м шаге выявляются аналогичные объекты в окружении каждого из этих объектов; на 3-м шаге выявляются аналогичные объекты в окружении объектов, выявленных на 2-м шаге, и т.д.

В связи с тем что в разных взаимовлияниях одни и те же объекты могут иметь различные порядки (конкурент, захватывая груз фирмы, выступает объектом ее внешней среды 1-го поряд-

ка, а выступая продавцом покупателя фирмы - 2-го порядка), при формировании системы объектов внешней среды следует исходить из определенной концепции объектов внешней среды 1-го порядка различных типов объектов (фирма, домохозяйство, правительственный орган и др.). Концепция объектов внешней среды фирмы 1-го порядка представлена в табл. 1.

Аналогичные объекты выделяются и в среде 1-го уровня домохозяйств и правительственных органов.

Схема внешней среды фирмы представляет собой многоуровневую схему со стрелками влияния, идущими как в сторону фирмы, так и от нее.

Р. Джонсон, Ф. Каст и Д. Розенцвейг заложили следующие основы теории переменных внешней среды фирмы. Во внешней среде выделяются два уровня объектов. К 1-му относятся единичные объекты, которые могут оказать непосредственное влияние на деятельность фирмы, включая конкурентов (деловое окружение); ко 2-му - агрегированные объекты, соответствующие основным элементам общества (экономика, политика и др.). При этом рассматриваются только влияния, направленные в сторону фирмы.

Таблица 1. Концепция объектов внешней среды фирмы 1-го порядка

Группа объектов	Объекты
1. Объекты, общественной функцией которых является взаимодействие с фирмой по производственной линии	Поставщики, покупатели, кредиторы, акционеры, обслуживающие банки, финансовые и страховые компании, объекты слияния и поглощения и пр.
2. Объекты, общественной функцией которых является регулирование деятельности фирмы	Правительственные органы, выпускающие решения, обязательные для исполнения фирмой, налоговые, таможенные, финансовые и правоохранительные органы, вышестоящие организации и союзы предпринимателей, общественные организации и др.
3. Объекты, воздействие которых на фирму носит стихийный характер	Террористические организации, преступные группировки, река, которая может разлиться и затопить поля сельскохозяйственной фирмы, и т.д.
4. Объекты, относящиеся ко 2-й и 3-й группам, из окружения объектов внешней среды фирмы, которые могут оказать воздействие на них в интересах фирмы	Правительственный орган, принимающий решения, обязательные для исполнения конкурентами, и др.

Двухуровневая схема возникла под влиянием признака системы "способность быть элементом все более и более крупной системы". Деловое окружение крупной фирмы является таким масштабным объектом, что следующим объектом, в состав которого она физически может войти, является вся социальная жизнь. Причина рассмотрения влияний, направленных только в сторону фирмы, - влияние признаков "адаптивность", "саморегулирование на основе обратной связи" и др.

Менеджмент фирм изучает в деятельности объектов внешней среды те же самые объекты, что и в деятельности самой фирмы, т.е. те же переменные внутренней среды. Это связано с тем, что менеджмент современных фирм, для которых характерна активная модель поведения во внешней среде, оказывает на объекты внешней среды активные воздействия, стремится не допустить негативных воздействий объектов внешней среды на деятельность своих фирм и заблаговременно подготовить их к позитивным воздействиям, копирует продукты, производственные и управленческие процессы объектов внешней среды в деятельности своих фирм. Все это требует изучения разнообразных процессов объектов внешней среды и их различных вариантов, что соответствует задаче изучения переменных внутренней среды.

Теория переменных внешней среды, представленная в современной литературе по менеджменту, в полной мере находится под воздействием системной теории. Используется двухуровневая схема внешней среды, не выделяется значительное число объектов, характерных для окружения современных фирм, в отношении объектов внешней среды не ставится задача изучения переменных внутренней среды.

Процесс расширения внешней среды фирм, происходящий с середины 60-х гг. XX в., был

инициирован сменой на отмеченном рубеже повсеместно на Западе рынка продавца рынком покупателя и усилением зависимости западных экономик от развивающихся стран - поставщиков сырья. Затем его факторами стали: вызванное проблемами сбыта усиление конкурентной борьбы, вызванная проблемами сбыта и обострением конкуренции глобализация, ухудшение экологической обстановки, вызванное всеми предыдущими обстоятельствами усиление подвижности внешней среды и вызванное последним усиление регулирующей роли государства.

Современные модели процессов принятия решений и составления плана деятельности фирмы, представленные в работах М.Х. Мескона, М. Альберта и Ф. Хедоури, С.П. Роббинса и М. Коултера, Р.Л. Дафта и др., страдают недостатками (табл. 2).

Системная концепция функций управления продолжает определять представление о функциях управления в современной литературе по менеджменту.

Системная концепция методов управления включает в себя только методы воздействия на элементы собственной фирмы. Это объясняется влиянием признаков систем, формирующих представление о пассивном характере поведения фирмы во внешней среде (адаптивность, саморегулирование на основе обратной связи, гомеостазис).

Разработка и оказание воздействий на объекты внешней среды - важнейший элемент деятельности по управлению фирмами. В воздействии выделяются 1) объект воздействия, 2) субъект воздействия, 3) его цель, 4) механизм передачи воздействия, 5) методы (меры, способы) воздействия, 6) формы воздействия и 5) его условия. Автором разработана классификация целей, методов и форм воздействия по различным признакам (табл. 3).

Таблица 2. Системная концепция функций управления и ее недостатки

Функция	Реальное содержание	Коллизия	Исключаются
1. Планирование	Разработка альтернатив, включая составление планов изменений и организационно-мотивационных воздействий, их выбор	"Двойной счет" при характеристике деятельности по управлению	Составление планов организационных изменений и организационно-мотивационных воздействий
2. Организация	Составление планов организационных изменений и организационные воздействия	в терминах этих функций. Стремление его избежать	-
3. Мотивирование	Мотивационные воздействия	приводит к исключению из характеристик функций их	-
4. Контроль	Разработка альтернатив, включая составление планов изменений и организационно-мотивационных воздействий, их выбор, организационные и мотивационные воздействия	важнейших элементов	Разработка альтернатив в целом и их выбор

Таблица 3. Классификация целей, методов и форм воздействия фирмы на объекты внешней среды

Тип целей воздействия	Тип методов (мер, способов) воздействия	Тип форм воздействия
1. Активные и пассивные 2. Особые и общие 3. Единичные и множественные	1. Активные и пассивные 2. Прямые и косвенные 3. Воздействие на процессы производственного характера и процессы принятия решений 4. Целенаправленного и непреднамеренного воздействия 5. Создающие проблемы и оказывающие воздействие на ход их решения 6. Физического и информационного воздействия 7. Распознаваемые и нераспознаваемые объектами воздействия 8. Единичные и множественные 9. Нарушающие и не нарушающие планы деятельности 10. Оказываемые при установлении взаимоотношений и в процессе сотрудничества 11. Оказываемые в ходе реализации и изменения планов фирмы и в контроле 12. Содержащие и не содержащие организационную часть 13. Позитивные и негативные	1. Активные и пассивные 2. Личные и неличные 3. Адресные и безадресные

Таблица 4. Активные цели, методы и формы воздействия фирмы на внешнюю среду

	Пассивные	Активные
ЦЕЛИ	Использование обычного поведения объектов внешней среды в интересах фирмы и устранение последствий уже оказанных объектами внешней среды негативных воздействий на ее деятельность*	Изменение обычного поведения объектов внешней среды в интересах фирмы и недопущение негативных воздействий объектов внешней среды на деятельность фирмы**
МЕТОДЫ	Методы воздействия, вызывающие обычные реакции объектов воздействия, а также предусмотренные законом методы восстановления нарушенных интересов фирмы, в том числе косвенные, например, применяемые судом***	Методы воздействия, направленные на изменение обычного поведения объектов воздействия, а также разнообразные способы защиты интересов, кроме тех, которые относятся к пассивным****
ФОРМЫ	Общая (неадресная) реклама и передача сообщений посредством неличных каналов коммуникации (по почте и др.)	Осуществление адресных сообщений и использование личных каналов коммуникации

* Поставка поставщиком предметов труда, которые он сам предлагает; приобретение покупателем товара, уже представленного на рынке, на рыночных условиях; восстановление сотрудничества покупателя с фирмой (после воздействия на него фирмы-конкурента в виде предложения более выгодных условий сотрудничества); исполнение партнером нарушенных обязательств; возмещение партнером нанесенного ущерба; и др.

** Приобретение покупателем нового товара, разработанного фирмой; изготовление поставщиком средства труда для фирмы по индивидуальному заказу; изменение производственных и управленческих процессов партнера как условие долгосрочного сотрудничества с ним фирмы; предложение партнеру более выгодных количественных условий сотрудничества (цены, сроков поставки, штрафных санкций и пр.), чем конкуренты; предупреждение неисполнения обязательств перед фирмой в случае обнаружения у партнера соответствующего намерения; и др.

*** Предложение партнерам действующих на рынке рыночных условий сотрудничества, в частности, снижение цены на товары с целью восстановления рыночной доли до цен конкурентов, требование об исполнении нарушенных обязательств, требование о возмещении причиненного ущерба, официальные обращения к правоохранительным органам и др.

**** Активные методы воздействия делятся на 4 группы (в скобках - 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 (диверсия на заводе конкурента, поджог склада покупателя, опечатывание помещений партнера правоохранительными органами, действующими в интересах фирмы); 4) способы воздействия на ход процессов принятия управленческих решений в объектах воздействия, которые, в свою очередь, делятся на методы воздействия на процессы исследования (разъяснение полезных свойств предлагаемого товара, наилучших способов его использования, воздействие прогнозами развития ситуации вокруг объекта воздействия) и методы воздействия на ресурсы, используемые в процессах принятия управленческих решений (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).

Таблица 5. Типы и элементы контроля, выделяемые автором, их выделение в системной теории контроля (колонка 2 - да/нет, примечания), причины невыделения

(1) Типы и элементы контроля, выделяемые автором	(2) Да/нет, примечания	(3) Причины невыделения
1. Выявление всех типов импульсов процессов принятия решений (см. выше)	Только негативных отклонений от планов фирмы	Влияние признаков: "саморегулирование на основе обратной связи" и "гомеостазис"*. Они предполагают только реакцию на негативные отклонения от планов и нормативов в работе самого объекта и пассивные последующие воздействия на внешнюю среду
1. Контроль процессов объектов внешней среды, включая коммерческую разведку и оказание активных корректирующих воздействий на объекты внешней среды	Нет	
2. Контроль процессов фирмы	Да	
3. Контроль сторонних процессов фирмы**	Нет	
4. Текущий контроль, в том числе самоконтроль	Нет	
5. Промежуточный и заключительный контроль	Да	
6. Контроль НИОКР	Нет	
7. Контроль текущей производственной деятельности	Да	
8. Контроль изменений, в частности, строительства	Нет	
9. Контроль управления, в том числе самого контроля	Нет	
10. Предотвращение негативных воздействий	Нет	

* Они являются калькой с работы блока управления в комнатном термостатическом обогревателе и нервной системы при регулировании температуры тела, соответственно.

** Контроль деятельности элементов фирмы со стороны субъектов управления других элементов фирмы.

Таблица 6. Концепция объекта управления, предлагаемая в диссертации, и системная концепция

Авторская концепция	Системная концепция	Причины расхождений
<p>Объект управления - предпринимательская система:</p> <p>1) финансовая и производственная части фирмы, 2) объекты внешней среды, образующие базовые условия ее деятельности*, 3) объекты в окружении объектов внешней среды, которые оказывают фирме помощь в оказании воздействий на них**, 4) элементы товаропроводящей сети***, 5) конечные потребители</p>	<p>Объект управления - только сама фирма и ее элементы</p>	<p>Абсолютизация исследования из области системотехники, в котором отсутствуют проектирование изменений во внешней среде, влияние признаков, формирующих представление о пассивном характере поведения фирмы во внешней среде</p>

* Поставщики, покупатели, кредиторы, акционеры, заемщики, обслуживающие банки, страховые компании, налоговые органы, органы, разрешающие деятельность, таможенные органы, внебюджетные фонды, вышестоящие организации и т.д.

** Правительственные органы, принимающие решения, обязательные для исполнения конкурентами, правоохранительные органы из окружения конкурентов и др.

*** Оптовые и розничные фирмы.

Наибольший интерес представляет деление целей, методов и форм воздействия на пассивные и активные (табл. 4).

До середины 60-х гг. XX в. для фирм была характерна пассивная модель поведения во внешней среде. В модели пассивного поведения существует 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. Ей противостоит модель активного поведения, характерная для современных фирм, которая отличается разнообразными

активными целями, методами и формами воздействия на объекты внешней среды.

Одной из характерных черт современной деятельности по управлению фирмами является тенденция усиления непосредственного участия менеджеров в оказании воздействий на объекты внешней среды, возникшая в середине 60-х гг. XX в. Она была вызвана: 1) необходимостью оперативного решения вопросов изменения условий сотрудничества, для чего требуется личное участие лица, принимающего решение в переговорах, и 2) появлением объектов воздействия, требующих представительства фирмы на уровне менеджеров высшего и среднего звена (правительственные органы, союзы предпринимателей, политические партии, общественные организации, зарубежные

организации). В системной модели менеджмента менеджеры лично не оказывают воздействия на объекты внешней среды. Это представление продолжает оказывать влияние на современную литературу по менеджменту. Оно сформировалось под воздействием признаков систем: “наличие специализированного блока управления”, “саморегулирование на основе обратной связи” и “гомеостазис” – блоки управления в организме и машине сами не оказывают воздействия на объекты внешней среды ни с исследовательскими, ни с производственными целями.

Адекватная трактовка объекта управления в деятельности менеджмента современной фирмы представлена в табл. 5 и 6¹.

¹ Такая трактовка должна соответствовать: 1) общепризнанной трактовке управления как использования объектов окружающей действительности для достижения каких-то целей путем оказания на них целенаправленных воздействий и 2) модели активного поведения фирмы во внешней среде.

Поступила в редакцию 09.08.2010 г.