

СОЦИОЛОГИЯ ЧЕЛОВЕКООРИЕНТИРОВАННОГО УПРАВЛЕНИЯ

DOI: 10.51692/1994-3776_2021_4_45

УДК: 377.3

С.Г. Михайлов, М.С. Потемкин

СОЦИАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ И В ОРГАНИЗАЦИЯХ

S. Mikhailov, M. Potemkin. Social factors of managerial decision-making at enterprises and organizations

Аннотация. В статье проведен анализ социальных факторов, оказывающих воздействие на выработку экономических решений, и определяющих, в конечном счете, стратегию развития предприятий. Теоретически и эмпирически обосновано влияние на процесс принятия управленческих решений таких факторов как: перцепции, делового взаимодействия, социальных ожиданий персонала, профессионального распознавания личности, социальных требований, социальных мотиваций человека во взаимосвязи с фактором самосознания, факторы социального партнерства и социальной защищенности.

Ключевые слова: управленческие решения, социальные факторы, социальное взаимодействие, работники, руководители, мотивация поведения.

Контактная информация: 193023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д.21;
e-mail: dept.ksocupr@unecon.ru

Abstract. The article analyzes the social factors that influence the development of economic decisions, and ultimately determine the strategy for enterprises development. Theoretically and empirically substantiated the influence on the process of making management decisions of such factors as: perception, business interaction, social expectations of personnel, professional personality recognition, social requirements, social motivations of a person in conjunction with the factor of self-awareness, factors of social partnership and social protection.

Key words: management decisions, social factors, social interaction, employees, managers, behavior motivation.

Contact information: 193023, St. Petersburg, Sadovaya st., 21; e-mail: dept.ksocupr@unecon.ru

Стереотипное представление о механизме принятия экономических решений, как о едином факте, основанном лишь на интуиции руководителя предприятия, видимо, уже не оправдано. Любое эффективное принятие экономических решений «требует рационального выбора образа действий» [10, с. 252], основанного на учете социальных факторов и факторов внешней среды в стратегическом развитии предприятий. Учет

Михайлов Сергей Григорьевич – доктор социологических наук, профессор. Руководитель программ фундаментальных исследований Ассоциации развития бизнеса и некоммерческих инициатив «Холдинг-Спектр»

S. Mikhailov – Doctor of Sociological Sciences, Professor. Head of Basic Research Programs of the Association for Business Development and Non-Profit Initiatives «Holding-Spektr»

Потемкин Максим Сергеевич – студент, Санкт-Петербургский государственный экономический университет

M. Potemkin - student, St. Petersburg State Economic University

© Михайлов С.Г., Потемкин М.С., 2021.

внутренних и внешних факторов в функционировании предприятий, во многом, может быть объяснен теорией взаимосвязей В.А. Грайкунаса [27], по которой в принятии экономических решений существуют прямые единичные связи, прямые групповые связи и перекрестные связи различных факторов. И, действительно, руководителям предприятий приходится соприкасаться со всевозможными видами среды функционирования, как внутри структурных подразделений, внутри предприятия, так сложной внешней средой, которая менее стабильна и менее познаваема, чем внутренняя среда предприятия. Косвенным подтверждением этому тезису может послужить тот факт, что руководители предприятий (N 19) стали проводить более 60% рабочего времени за пределами предприятия, в т.ч. в заграничных командировках на 30%.

В отсутствии руководителя на предприятии в длительном периоде означает по своей сути передачу управления функциональным заместителям, которые, как мы установили в результате включенного наблюдения, отдают приоритет выполнению своих профессиональных задач в ущерб другим. Как правило, система делегирования полномочий в краткосрочный период не действует, а экономические решения связанные с обеспечением жизнедеятельности и жизнеспособности персонала упускаются из виду в ущерб каким-либо функциональным достижениям в управлении. В современных условиях совершенно очевидно, что на принятие управленческих решений и их реализацию на предприятиях и в организациях влияют социальные факторы, в т. ч. ценностные ориентации работников, их экономическое и производственное поведение, реакции на организационно-правовые действия работников среды управления и т.п.

Специфика социальных факторов состоит в том, что они непосредственно формируют представления о потребностях человека в сфере производства и уровня их удовлетворения, о его социально-культурном развитии, о мотивах поведения и социальных действиях, о структуре и содержании противоречий между экономическим и социальным развитием, о степени развитости самосознания работников и т.п.

В отличие от весьма распространенного мнения о том, что «Большинство решений менеджера состоит в разрешении частных задач с ограниченным набором влияющих факторов» [4, с. 78], мы считаем, что факторов может быть множество и они самые разнообразные по воздействию на выработку экономических решений, определяющих, в конечном счете, стратегию развития предприятий.

Б. Филиппова более 30 лет назад писала: «Новые условия жизни – это и есть то новое, на котором личность может избирать и действовать. Если «поле» непосредственно определено общественными факторами, то и сам выбор, и развитие в нем представляют собой в некоторой степени дело личности. Однако последняя несет сама в себе, в своих потребностях, навыках, позициях, ценностях, мотивациях код своего прошлого, а также своего нынешнего социально-классового происхождения» [6, с. 29-30]. Совершенно очевидно, что одним из социальных факторов экономических решений является фактор перцепции или процесса восприятия и отражения в сознании менеджера возможных производственно-экономических, политических, правовых и организационных трансформаций на предприятии и обществе в целом. Фактор перцепции способствует решению следующих задач: формирование содержания межличностного восприятия; содействие установлению взаимопонимания между субъектами хозяйствования: обеспечение влияния участников производственно-экономической деятельности друг на друга. А.П. Панфилова подчеркивает, что «Важным аспектом перцептивной функции является обеспечение влияния людей друг на друга в результате которого меняются поведение, установки, намерения, оценки» [14, с. 15].

Не менее значим, в нашем понимании, и фактор делового взаимодействия субъектов производственно-экономической деятельности. Как правило, деловое взаимодействие – это процесс принятия экономических решений, направленный на

организацию и рационализацию того или иного вида предметной деятельности, включая производственную, научно-техническую, экономическую. Как следствие, задача деловой коммуникации состоит в создании условий продуктивного сотрудничества, партнерства, в сближении целевых ориентаций при выработке стратегии развития предприятия. Фактор деловых коммуникаций предполагает, по мнению респондентов - экспертов из числа руководителей высшего и среднего звена управления предприятиями (N 120), реализацию следующих условий в выработке экономических решений стратегии развития предприятий:

- обязательность контактов персонала предприятия, независимо от их симпатий и антипатий (82%);
- предметно-целевое содержание делового взаимодействия (87%);
- соблюдение формально-ролевых принципов взаимодействия участников производственно-экономической деятельности, с учетом должностных ролей, прав и функциональных обязанностей, субординации и делового этикета (71%);
- взаимозависимость всех участников делового взаимодействия в достижении экономических результатов от деятельности предприятия и при реализации личных намерений и ожиданий (68%);
- социальный контроль за соответствием экономических решений миссии, целям и задачам развития предприятия (68%);
- соблюдение конвенциональных ограничений, характеризующих социальные и правовые нормы, регламенты, протоколы, инструкции и т.п. (54%);
- соблюдение эмоциональной культуры делового взаимодействия (52%) и т.п.

В числе социальных факторов экономических решений стратегии развития предприятия целесообразно выделить и фактор ожиданий персонала.

Стратегическое понимание фактора ожиданий персонала важно в связи с тем, что работник предприятия в результате выработки и реализации стратегии развития предприятия ожидает: улучшения своего благосостояния, выраженного показателями уровня и качества жизни; улучшения условий труда; улучшений социально-психологического климата; создание комфортной обстановки в работе: развитие творческой компоненты в труде и т.п. Однако эти ожидания оправдываются далеко не всегда. Так, в среде наемных работников живут в долг - 34%, денег хватает только на продукты питания — 35%; денег хватает только на самое необходимое — 27%; денег в целом хватает - 5%. Отметим, что респонденты не учитывают тенденции роста квартплаты, коммунальных услуг, энергоносителей в год в среднем на 25-30% при росте заработной платы в 5-7%. Что касается производственной сферы, то в период с 1996 года прослеживается устойчивая тенденция роста физических нагрузок (44,0%), увеличения темпов работы (25,0%), роста нервного напряжения - 24,0%, снижения эмоционального тонуса (23,0 %), ухудшения социально-психологического климата (20%).

В результате реализации стратегии развития предприятий и применения инструментов перераспределения прибыли происходит, по данным Н.А. Горелова, обогащение незначительной части населения (менее 1,0%) и обнищание его большинства (до 30%) [15, с. 57-58].

Подобное положение чревато серьезными социальными последствиями, которые можно в целом охарактеризовать как общесистемный кризис. Этот кризис обусловлен поляризацией населения по образу жизни. Заметим, что важнейшая черта жизни населения современной России - ее глубокая дифференциация, точнее, поляризация образа жизни высших и низших групп. Советское общество, из которого мы вышли, не было однородным. Но в сравнении с ним постсоветское общество оказалось еще более неоднородным. Углубление дифференциации проявилось в формировании двух полярных образов жизни: 1) образа жизни богатой верхушки («новых русских») и 2) образа жизни малоимущих и беднейших слоев общества.

В научной литературе детально изучается дифференциация населения по уровню жизни, в частности описывается материальное положение полярных групп, измеряется «социальное расстояние» между самыми богатыми и самыми бедными. Однако поляризация не покрывает всей жизнедеятельности населения, поскольку уровень жизни не учитывает показателей социальной активности: характера трудовой деятельности, участия или неучастия в общественно-политической жизни, характера досуга и др. Тем более что по ряду других показателей образа жизни население дифференцировано не менее сильно; например, по уровню девиантности - алкоголизму, наркомании, оргпреступности, хищениям и насилию и т.п. Даже в сфере нормативного, законопослушного поведения наблюдается серьезная дифференциация по характеру труда, проведению досуга, способам воспитания детей, формам общения и др. В трудовой деятельности складывается характерное для капиталистических систем противостояние труда и капитала, т.е. работающих по найму и живущих с дохода на капитал. Правда, пока еще социальное противостояние капиталистов и наемных работников только намечается. Тем не менее, отчетливо формируются субъекты с совершенно разными моделями поведения и системой ценностей.

Общественный кризис, причиной которого становится, в том числе и не учет фактора социальных ожиданий работников в производственно-экономической сфере, приводит, по легкому определению Р.В. Рывкиной к высокой концентрации социальных болезней [23, с. 35], суть которых в непринятии правовых и моральных норм поведения, в т. ч. в девиантности поведения, высокой степени агрессивности и т. д.

В группе социальных факторов экономических решений в стратегии развития предприятий мы выделяем и фактор профессионального распознавания личности [13]. Причиной этому служит тот факт, что к руководству предприятиями и его структурными подразделениями зачастую приходят люди, не имеющие высшего образования, опыта работы, по своим нравственным параметрам, профессиональным компетенциям не соответствующие занимаемой должности. Для этого характерны следующие данные эмпирического исследования:

- работники предприятия верят в профессионализм руководителя - 11,0%;
- работники предприятия верят в нравственные позиции руководителя - 7,0%;
- работники предприятия считают, что оно развивается с учетом их интересов - 1,0%;
- работники предприятия хотели бы изменений в составе руководства - 82,0%.

Или обратные со стороны руководителей оценки профессиональных качеств работников:

- работники, профессиональные качества которых соответствуют стратегии развития предприятия - 11,0%;
- работники, которых необходимо заменить, как несоответствующих складывающимся профессиональным требованиям - 44,0%;
- работники, которых можно охарактеризовать как откровенный балласт - 27,0%;
- работники, способные адаптироваться к новым условиям деятельности предприятия - 18,0%.

Подобные социальные индикаторы персонала предприятий обуславливают не только наличие, но учет в стратегии развития предприятий фактора социальных требований. Впервые на этот фактор обратили внимание А.А. Томпсон и А. Дж. Стрикленд, однако, в контексте роста производственного и потребительского потенциала предприятий [25, с. 91]. Вместе с тем это фактор обладает гораздо большей составляющей социального и направлен на:

- проявление деловой активности в рамках границ, определенных нормами этики и интересами общества;
- позитивное реагирование на социальные приоритеты и запросы общества;

- постоянную готовность предпринять действия, чтобы избежать конфронтации с регулируемыми нормами;
- поддержание баланса между интересами акционеров и общества в целом;
- обеспечение гражданской позиции предприятия в обществе.

Фактор социальных требований применим и к персоналу предприятия в контексте проявления трудовой активности, трудового поведения, культуры делового общения, деконфликтизации, соблюдения моральных норм. По сути, здесь речь идет о поведении человека, обусловленном обстоятельствами его производственной деятельности.

Поведение - одна из форм реализации установок личности в производственной деятельности. С.Л. Рубинштейн полагал, что «Под поведением разумеют определенным образом организованную деятельность...» [23, с. 98]. В свою очередь К.К. Платонов предлагал закрепить за термином «поведение» широко признанное исторически сложившееся значение, согласно которому поведение есть внешнее выражение деятельности, учитываемой без ее субъективного компонента [Цит. по 5, с. 161].

А.Н. Леонтьев отмечал, что и поведение, и деятельность основаны на действиях. «Осуществление сколько-нибудь сложной деятельности требует выполнения ряда действий. Действия - относительно самостоятельные процессы... (безразлично - внешние, практические, или внутренние, умственные)... признаком которых является их направленность на достижение сознательной цели. В отличие от собственно деятельности действия не имеют самостоятельного мотива, а подчиняются мотиву той деятельности, содержание которой они образуют» [11, с. 6-7].

Деятельность, даже если она направлена на разработку экономических решений, определяющих в дальнейшем структуру и содержание стратегии развития предприятий, может быть и созидательной и разрушительной.

По мнению работников предприятий⁶, руководители: не учитывают в своей работе социальных требований персонала (42 чел.); дистанцируются от коллектива предприятия в принятии экономических решений (37 чел.); не скрывают своих намерений на личное обогащение (36 чел.); работают без стеснения на свой карман (9 чел.).

В подобных оценках заложена логика стагнации человеческих отношений в сфере трудовой деятельности. Заметим, что по мнению Р.Биттла «Хорошие человеческие отношения – это искусство и наука, это гибкость и твердость, это наиболее трудное едло на свете, но будьте уверены, что результаты окупятся в долларах» [26].

Именно поэтому центре внимания многих руководителей находится исследование психологических мотивов поведения людей в процессе производства, «групповые отношения», «групповые нормы», проблемы «конflikта и сотрудничества», «коммуникационные барьеры», «неформальная организация» и т. п. В последнее время на базе этих исследований делаются многочисленные попытки формулирования организационных принципов «управления людьми» [21].

Известно, что каждый, кто хочет понять поступки другого человека или свое собственное поведение, начинает с поисков причин соответствующих действий, то есть с мотивов поведения. Говоря о мотиве как об осознанном побуждении к определенному образу действий, следует иметь в виду, что сам по себе мотив не является причиной целенаправленных действий. Он лишь результат отражения во внутреннем сознании человека своих потребностей, вызванных внешними и внутренними обстоятельствами его жизнедеятельности и жизнеспособности.

Содержание мотива поведения складывается из двух составляющих, среди которых программы и цели деятельности. Они должны быть тесно связаны друг с другом, так как программа уточняет те средства, с помощью которых может быть реализована цель. В любом другом случае, например, в случае, когда руководитель предприятия «работает

⁶ Интервью проведено с 87 работниками 19 предприятий машиностроительного комплекса Санкт-Петербурга.

на карман», мы наблюдаем противоборство мотиваций, противоборство действий, противоборство идеологий я, в конечном счете стагнацию в деятельности предприятий.

Фактор социальных мотиваций человека в процессе производственной деятельности тесно связан с таким социальным фактором, как самосознание. Выделение фактора самосознания человека обусловлено тем, что в процессе взаимодействия с производственной средой и другими работниками предприятия, человек неизбежно выделяет себя как объект и субъект управления. Указанное обстоятельство привело к двойственности действия этого фактора на предприятии. С одной стороны, сознание человека, оставаясь направленным главным образом вовне предприятия, например, в сферу жизнеобеспечения, человек продолжает оценивать свои возможности, способности и характер деятельности на предприятии. Самосознание человека формируется в процессе созерцания условий его жизнедеятельности, повседневного общения с коллегами по работе, руководителями и подчиненными. И через познание действительности человек приходит к осознанию самого себя. В зависимости от этого осознания в работнике формируется одно из нескольких состояний, а именно: 1) позиция социальной активности, которая предполагает развитие коллективизма, чувство ответственности, включая ответственность экономическую, чувство долга перед коллективом предприятия и общества; 2) позиция социальной инертности, состоящая в слабом чувстве коллективизма, ответственности за общее дело; 3) позиция потребительского отношения к жизни и деятельности на предприятии, важнейшей чертой которого является крайний эгоизм, получение благ за счет других, удовлетворение только личных интересов без учета интересов коллег по работе и коллектива предприятия в целом; 4) антиобщественная или антисоциальная позиция, связанная с личным обогащением, подавлением самосознания других работников и т.п.

Каждый элемент самосознания по особенному влияет на выработку экономических решений в стратегии развития предприятий. Так, первый элемент самосознания способствует активному вовлечению работников в процесс созидания, рационализации деятельности предприятия на инновационной основе. Второй элемент при развитой рациональной системе управления предприятием может и не послужить ограничением в выработке стратегии развития. Работники этой категории самосознания, как правило, используются на рутинных видах работ, где требуется только исполнительность, без какого-либо творчества и проявления инициативы.

Третий элемент по своей сути является разрушительным для созидательной деятельности коллектива предприятия. Он приводит к приостановке активной позиции других работников, либо к конфликтам, социально - психологической напряженности во взаимоотношениях людей.

Четвертый элемент мы скорее отнесли по определению В.К. Потемкина, Г.К. Копейкина и Р.Г. Оленева к разряду социальной криминологии, составляющей которой является коррупция, мошенничество, воровство и т.д. [19, с. 195].

Среди социальных факторов экономических решений в стратегии развития предприятий, по нашему мнению, целесообразно выделить и фактор социальной защищенности персонала. [1, с. 92; 9, с. 56; 20, с. 117; 16, с. 294]

В принятии экономических решений стратегии развития предприятий важен и такой социальный фактор, как социальное партнерство [17, с. 264; 18, с. 201; 12, с. 447; 8, с. 21-32; 24, с. 156-163]. Социальное партнерство на предприятиях касается таких экономических решений, как:

- профессионально - квалификационная и функционально - должностная структура рабочих мест;
- нормирование труда, тарифная система, оплата труда;
- безопасность и охрана труда;
- продолжительность рабочего времени и режимы труда;

- временная нетрудоспособность работников;
- прием и увольнение работников;
- экономическая ответственность работников;
- профессиональное обучение, подготовка и переподготовка рабочих кадров и специалистов и т.п.

Отметим, что в развитых капиталистических странах «экономика» этих вопросов достигает 30,0% прибыли от деятельности предприятий. [3, с. 136; 2]

Таким образом, мы рассмотрели возможные социальные факторы экономических решений в стратегии развития предприятий:

- перцепции;
- делового взаимодействия;
- социальных ожиданий;
- профессионального распознавания;
- социальных требований;
- социальных мотиваций;
- самосознания;
- социальной защищенности;
- социального партнерства.

Каждый из этих социальных факторов воздействует по-разному на принимаемые экономические решения. Комплексный учет этих факторов, по мнению респондентов (N 174), способствует 100% обоснованности экономических решений, а выпадение из комплекса хотя бы одного фактора, не учтенного в экономических решениях приводит к заведомому их невыполнению.

Данный тезис подтверждается проведенными нами эмпирическими исследованиями, согласно которым невнимание к социальным факторам приводит к исключению основной массы работников из системы возможных преобразований в сфере производства и, тем более, накопления. И, что важно отметить, происходят изменения в общественном сознании, которое можно связывать с низким уровнем социального самочувствия, апатией, утратой трудовой мотивации и т.п. Здесь налицо кризис ценностных ориентаций: 28,0% респондентов оценивают свою активность в сфере производства весьма посредственно; предприимчивость еще более низко -4,5%, инновационность мышления - 0,1%, 44,0% респондентов отмечают потерю интереса к своей работе; 47,5% - не удовлетворены условиями труда и его оплаты. Намечается и рост девиаций у работников, занятых в сфере производства. А, как известно, «... опасные человеческие наклонности можно направлять по сравнительно безобидному пути там, где существуют перспективы делать деньги и накапливать личное богатство. Эти же наклонности, если они не могут быть удовлетворены таким путем, могут найти выход к жестокости, безрассудном стремлении к личной власти, влиянию и др.» [7, с. 425]

Социальная ориентация стратегии производства по мнению респондентов повышает включенность человека в созидательную деятельность за счет возрастания предприимчивости, инициативности, признания успехов в труде, возможности самовыражения, усиления стабильности положения на производстве и доходов, роста адаптивности и изменяющимся условием функционирования предприятий, определенности своего положения в долгосрочной перспективе.

Литература

1. Антипов А.Г. Проблемы социальной защиты населения при переходе к рынку// Социально-политические науки. – 1991. - № 10. – с. 92;
2. Бартоли М., Клементовичус Я., Слободской А.Л. Экономические трансформации и управление человеческими ресурсами, Россия – Франция. Гренобль, 1999.
3. Бенедикт Х.- П. Метод восьми М: Новая формула успеха в менеджменте. – Штутгарт, Изд-во Дойчер Шпаркассен Ферлаг, 2000, с. 136;
4. Глухов В.В. Менеджмент. СПб.: Спец. Литература, 1999.

5. Гримак Л.П. Резервы человеческой психики. – М.: Политиздат, 1989.
6. Информационный бюллетень: социальные процессы в социалистическом обществе / Проблемная комиссия Академии наук социалистических стран. – Варшава, 1987.
7. Кейнс Дж. Общая теория занятости, процента, денег // Антология экономической классики. – Т.2. – М.: Эконом, 1993, с.425
8. Комаровский В.В. Система социального партнерства в России // Общественные науки и современность. – 1998. - № 2, с. 21-32;
9. Кузьмин С. Активная политика социальной защиты населения// Экономист. – 1992. - № 9, с. 56;
10. Кунц Г., Одонелл С. Управление: системный и ситуационный анализ функций. Том 1. – М.: Прогресс, 1981.
11. Леонтьев А.Н. Автоматизация и человек. – Психологические исследования. – М.: 1970, вып.2.
12. Михеев В.А. Основы социального партнерства: теория и практика. – М.: Экзамен, 2001, с. 447;
13. Морозов А.В., Потемкин В.К. Профессиональное распознавание и оценка личности. Учебник для вузов. – СПб.: Центр подготовки персонала ФНС РФ, 2008. – 429 с.
14. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в производственной деятельности. – СПб.: Знаний, 1990.
15. Политика доходов и качество жизни населения / Под ред. Н.А. Горелова. – СПб.: Питер, 2003.
16. Потемкин В.К. Социальный механизм преобразования Российского общества. – СПб.: ИСЭП РАН, 1997. – с. 294.
17. Потемкин В.К., Балкизов М.Х. Социальное партнерство в экономической системе рыночного типа. – Нальчик, Эльбрус. 1993, с.264;
18. Потемкин В.К., Казаков Д.Н. Социальное партнерство: формирование, оценка, регулирование. – СПб.: РАЕН, 2002, с. 201;
19. Потемкин В.К., Копейкин Г.К., Оленев Р.Г. Социальная криминология: диагностика и правоприменительные инициативы. - СПб.:–РАЕН, 2005.