

УДК 338:658:355

**ПЕРСПЕКТИВА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРИНЦИПОВ
ВОСТОЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТА В СОВРЕМЕННЫХ
УСЛОВИЯХ**

И.И. Везелев, О.Л. Дариенко

Автомобильно-дорожный институт

Государственного высшего учебного заведения

«Донецкий Национальный Технический Университет»

Рассмотрены принципы ведения бизнеса дальневосточными странами, обоснована возможность применения их в условиях кризиса.

Современный бизнес, с его жесткой конкуренцией и периодическими потрясениями, требует от менеджеров всех уровней поиска стратегии, которая бы гарантировала фирме наиболее эффективное использование ресурсов и максимальную устойчивость ко внутренним и внешним кризисам. Одним из ярких примеров является японский стиль управления.

Японский менеджмент привлек к себе внимание ученых и журналистов, прежде всего, по причине своей уникальности. Из всех апробированных в настоящее время методов управления, наибольший интерес вызывает опыт стран Дальнего Востока. Примеры послевоенного восстановления Японии, бурного роста «азиатских драконов» Гонконга, Тайваня, Южной Кореи и Сингапура, а так же современный рост китайской экономики указывают на эффективность стратегии экономического развития этих стран. Однако резкий спад и последовавшая затем дефляционная рецессия японской экономики 1990-х гг. охладили многих восторженных почитателей японского корпоративного менеджмента и японской корпоративной культуры, хотя в настоящее время в деловых кругах продолжают оживленные дискуссии по поводу реформы системы менеджмента.

Несомненно, ведущая роль в успехе дальневосточных бизнесменов принадлежит именно использованию определенных принципов стратегии, обеспечивающих успех. Основной чертой классического восточного миропонимания является постулат о единстве всех сфер жизни. То есть, все процессы – будь то развитие экономики, политика, культура, или даже строительство дома, в представлении восточного человека, подчинены единым законам. За длительную историю развития Китая, из корней философских учений

РЕФОРМИРОВАНИЕ МЕНЕДЖМЕНТА В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ДОНБАССА

выросли науки о государственном управлении, дипломатии и военном искусстве. Рассматривая их применение в контексте современного ведения бизнеса, можно выделить следующие постулаты:

1) «Бизнес – это война» – «все законы войны распространяются на искусство ведения бизнеса» [1] – этот постулат, позволил японским менеджерам выиграть первый раунд экономической войны.

Применение принципов классической китайской стратегии обеспечивало успех развития бизнеса в большинстве стран и на многих рынках. Проблемы, возникшие в экономиках ряда дальневосточных стран в последние годы связаны исключительно с отклонением от базовых принципов, заложенных в основе роста их экономического развития.

Среди многих скептиков бытует мнение о непригодности восточных методов управления для использования в отечественных условиях. Истории известно как минимум два примера успешного «менеджмента» в полном соответствии с восточной воинской традицией. Это кампании, проводившиеся русскими полководцами А.В. Суворовым и М.И. Кутузовым. Русская традиция достаточно близка с восточной. Подлинные принципы, лежащие в основе стратегии – универсальны. Они идентичны для любых условий и времени. Различны лишь методы их применения. При этом копирование методов, без понимания базовых принципов может не привести к желаемому результату.

2) «Война – искусство обмана» [1]. При всей очевидности такого подхода, конкретные выводы не всегда очевидны. «Туман» должен окружать всю деятельность фирмы. Разумеется, все окружающие должны считать, что понимают все. Только такая политика позволит ввести в заблуждение оппонентов. Когда конкуренты будут дезинформированы относительно всей деятельности фирмы конкурента, их ошибки будут носить не тактический, а стратегический характер.

Возникает вопрос о возможности сочетания этого постулата с политикой открытости фирмы и публичными акциями. В этом случае именно PR – акции должны послужить инструментом дезинформации. Не имеет смысла крупной фирме и монополисту рекламировать эту позицию. Преимуществ на рынке это ей не даст, однако вызовет законное раздражение населения и обоснованный интерес фискальных органов и властей. В то же время фирме, которая стремится занять лидирующую позицию, такой имидж бы не

РЕФОРМИРОВАНИЕ МЕНЕДЖМЕНТА В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ДОНБАССА

помешал. Необходимо убедить потребителя, что конкретное предложение является единственно реальным на рынке [3].

В условиях современного общества отсутствует возможность сохранения «военной тайны». Да и в условиях реальных боевых действий подлинный план сражения может быть известен только узкому кругу лиц. Поэтому генеральная стратегия развития должна быть открыта только для высшего руководства фирмы, а обманные действия производиться при помощи всего персонала фирмы.

3) «Если знаешь врага и знаешь себя – сражайся тысячу раз и тысячу раз победишь. Если знаешь себя и не знаешь его – один раз победишь, другой проиграешь. Если не знаешь ни его, ни себя – всегда потерпишь поражение» [1]. Вопрос информации всегда считался одним из наиболее важных. Однако, китайская военная теория отводит ему центральное место и указывает на прямую зависимость исхода сражения от информированности полководца. При этом стоит анализировать не только реальные действия противника, но и возможности, отвергнутые им. Всегда есть возможность использовать пространство, оставленное конкурентом.

Таблица 1

Внутренние и внешние проблемы организационной культуры

Проблемы внешней адаптации	Проблемы внутренней интеграции
Консенсус по поводу главной задачи, центральной миссии или явных и скрытых назначений деятельности	Общий язык и категории понятий
Консенсус по поводу целей, т.е. конкретного отражения центральной миссии	Консенсус по поводу границ групп и критериев для включения и исключения из нее
Консенсус по поводу средств достижения целей	Консенсус по критериям распределения власти и статуса
Консенсус по поводу критерия оценки того, насколько хорошо группа справляется с поставленными задачами	Консенсус по критериям, касающимся дружбы и любви
Консенсус по поводу стратегий по исправлению, если группа не может достигнуть целей	Консенсус по поводу идеологии

Приоритетное внимание китайская традиция уделяет самоанализу. В процессе работы фирмы руководитель не имеет возможности осуществлять контроль деятельности каждого подразделения. В наиболее ответственные моменты он вынужден полагаться на выводы или качество исполнения своих обязанностей подчиненными. Поэтому, если у руководства отсутствует уверенность в качестве работы исполнителей или их мотивированности,

необходимо провести реорганизацию, вплоть до замены персонала, не дожидаясь, когда работники допустят конкретные ошибки. Бессмысленно проверять качество укреплений, когда противник уже атакует. Это следует сделать, когда он еще не приблизился [2].

В этой связи большое значение восточный менеджмент придает внутреннему анализу и оценке персонала. В то же время, ни один уважающий себя восточный менеджер не позволит себе выразить сомнение в результатах работы специалиста. Важно иметь возможность осуществлять контроль качества работы подчиненных, не затрагивая их личностных характеристик. Поэтому конечной целью для руководителя является обретение доверия подчиненных.

4) «Победа – это наступление. Непобедимость – оборона» [1]. Бизнес – это динамическая система. Поэтому правила игры в нем – занятие не менее жестокое, чем война на поражение. Экономическая история не знает примеров, когда конкуренты полностью удовлетворились захватом части рынка у противника. Только вытеснив конкурента с рынка полностью и заняв все его позиции, можно говорить о победе, а не о частичном успехе. Поэтому, любая фирма всегда подвергается атакам. Это касается даже абсолютных монополистов.

Что касается оборонительной стратегии, то здесь наиболее важен вопрос объективного позиционирования себя и конкурентов. Руководитель должен осознавать все реалии постоянно меняющейся жизни. Идеально отлаженная система обороны по прошествии короткого времени уже не отвечает требованиям дня. Только постоянно анализируя ситуацию и свою готовность к различным вариантам развития событий можно укрепить достигнутые позиции. Отметим, что оборона считается значительно более сложной задачей, чем наступление.

Выводы

В современных условиях имеет смысл прибегать к японским методам управления в менеджменте, что позволит понять экономические проблемы государства, даст возможность усовершенствовать производство и поспособствует отказу от узкой специализации.

Библиографический список

1. Сунь У. Сунь Цзы. Электронный доступ: <http://militera.lib.ru/science/sun-tszy/index.html>
2. Японский менеджмент. Прошлое, настоящее, будущее [Текст]: [пер. с англ.] / Ингиу Оу. - М. : Эксмо, 2007. - 159 с.
3. Имаи М. Кайдзен: Ключ к успеху японских компаний. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2004 – 112 с.