

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ФИЛОСОФИИ ФИРМЫ

Актуальность исследования философии фирмы связана с тем, что в современных условиях успех фирмы в значительной степени зависит от ее философии. Т.Уотсон, с именем которого связывают успех компании IBM, отмечал: "Основная философия организации играет большую роль в ее достижениях, чем технологические ресурсы, организационная структура, нововведения" [1].

Философия фирмы рассматривается в данной работе как априорно принимаемая руководством предприятия система ценностей, этических принципов, соблюдение которых признается необходимым для всего персонала фирмы, "моральный кодекс поведения на предприятии" [2]. В рыночной экономике каждая эффективная фирма имеет свою философию, на основе которой формируется ее миссия, культура и главный фактор эффективной работы — единая команда.

Философия, по мнению известного российского философа П.С.Юшкевича, изучает то, что пока недоступно науке, и дает полезные рекомендации, которые невозможно доказать логическими методами [3]. Философия фирмы также призвана дать персоналу ориентиры, обеспечивающие согласованное поведение в случаях, которые невозможно предусмотреть в инструкциях. Философия организации должна прививаться каждому сотруднику, учитывая его личностные качества, профессиональные навыки и приверженность целям фирмы. Следуя философии фирмы, можно определить настоящих специалистов как работников, которые ценят направление деятельности фирмы, ее внутренние ценности, знают и ценят ее результаты.

Для формирования и поддержания философии фирмы необходим лидер, который должен точно знать, к чему он идет и ведет группу. Его решения не поддаются обсуждению. Он должен воплощать надежность. Вместе с тем, эффективная философия фирмы, которая способна сплотить персонал в единую команду и привлечь единомышленников (в том числе инвесторов), должна соответствовать представлениям этих людей о себе, своих возможностях, потребностях и приемлемых средствах удовлетворения этих потребностей. Для философии и миссии фирмы обязательна общественная значимость предлагаемых предпринимателем идей.

Приведем в качестве примера философию фирмы Г. Форда. Судя по книге, написанной самим Г.Фордом [4], философия его фирмы опиралась на следующие принципы:

- основная цель фирмы — обеспечить каждого американца дешевым автомобилем и таким образом создать трезвое общество;
- целесообразно платить наемным работникам высокую зарплату, чтобы каждый мог купить автомобиль у Форда;
- оказывать социальную поддержку людям с ограниченной трудоспособностью по принципу «не милостыня, а работа».

Философия Г.Форда увлекла многих простых людей, вложивших в его дело деньги, и с энтузиазмом трудившихся на его предприятиях. Важно подчеркнуть, что Г.Форд сумел подкрепить свою концепцию технической политикой (проект автомобиля, конвейер), подбором кадров и др.

Эффективная философия фирмы содействует сокращению затрат и росту производительности труда. Надо заметить, что для этого на философию можно взглянуть с другой стороны, где она выступает как система ограничений, установленная в фирме.

Философия фирмы выполняет ряд важных функций:

- обеспечивает дешевый и «мягкий» контроль над персоналом;

- объединяет работников, имеющих разные цели, в единую команду;
- обеспечивает взаимопонимание между людьми с разным уровнем образования и культуры;
- создает конкурентное преимущество на рынке в виде положительного имиджа фирмы,
- активизирует мотивацию работников.

В результате использования эффективной философии фирма снижает издержки от:

- сопротивления внешней среды (инвесторы и покупатели предпочитают фирму с позитивной философией);
- сопротивления персонала распоряжениям руководства фирмы;
- непонимания заданий, распоряжений и т.п.;
- рассогласования производственного поведения в условиях, которые невозможно предусмотреть в инструкциях (риск и неопределенность);
- длительного периода адаптации новичков;
- прогулов, забастовок, саботажа и др. форм абсентизма.

Российские предприятия пока не придают большого значения философии в повышении эффективности фирмы. Здесь стоит заимствовать западный опыт, мультинациональные компании, известные фирмы и корпорации очень высоко ценят сложившуюся у них философию и совершенно справедливо связывают свои успехи именно с правильно сложившейся философией фирмы, помогающей решать многие внутрифирменные проблемы.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Общий курс менеджмента в таблицах и графиках. Учебник. /Под. ред. проф. Прыкина Б.В. М., 1998.
2. На переломе. Философские дискуссии 20-х годов: "Философия и мировоззрение". Сост. П.В.Алексеев. М., 1990.
3. Егоршин А.П. Управление персоналом. Нижний Новгород, 2002.
4. Форд Г. Моя жизнь. Мои достижения. М.: Финансы и статистика. 1989.