

ВЛАДИМИР БОРИСОВИЧ АКУЛОВ

доктор экономических наук, профессор, декан экономического факультета ПетрГУ

akulov@onego.ru

СПЕЦИФИЧЕСКИЕ МЕНЕДЖЕРСКИЕ РЕСУРСЫ И ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

В статье предпринята попытка представить менеджмент и его технологии в качестве ресурсов, умелое использование которых позволяет повысить производительность труда и эффективность фирмы в целом. Данные ресурсы исчерпываются, что побуждает менеджеров к поиску новых технологий управления.

Ключевые слова: специфические менеджерские ресурсы, потенциал бюрократической организации, мотивация персонала, финансовый менеджмент, управление структурой организации

В условиях современной России формируется слой частных собственников, которые могут управлять своими капиталами только с позиции его *эффективного* использования. Капиталистический критерий эффективности – это сопоставление результата и затрат при условии превышения первого над вторым.

Проще всего данный тезис подтверждается на примере внутрифирменной иерархии и фирмы. Мы вправе делать определенные выводы, связанные с организацией, только проводя сопоставления потоков доходов (результатов) и затрат (издержек), которые *подлежат обязательному дисконтированию*. Таким образом, мы получаем корректные и сопоставимые данные. Теперь нам необходимо *правильно определить временной интервал (период)* для такого сопоставления. Лучше всего оперировать данными за экономический цикл, финансовый цикл, период, связанный с реализацией инвестиционного проекта, краткосрочный период в деятельности фирмы. После этого следует выявить *источники возрастания результата и снижения затрат*.

Как нам представляется, это верный путь к *достижению наибольшей эффективности функционирования организаций* (фирм). И, наконец, полученные таким образом результаты дают основания утверждать, что наша организация *в состоянии поступательно развиваться, то есть подвержена организационному прогрессу* (вспомним высказывания А. Богданова) [3]. В свою очередь, достижение наибольшей эффективности функционирования фирмы становится *материальной основой поступательного развития организации*. Все становится на свои места и логически увязывается в *единый подход к функционированию и развитию экономических организаций*, коими и являются фирмы.

В этой связи особо следует сказать о роли *менеджмента*. По нашему мнению, грамотное его использование может повысить эффективность функционирования экономической организации и обеспечить организационный прогресс фирмы в целом. Однако не следует забывать, что менеджмент сам по себе является таким же *ресурсом*, как и другие, использование

которых происходит в рамках (границах) соотнесения результата и затрат. Поэтому наша проблема в практической плоскости предстает в следующем виде: необходимо определиться с результатом от использования менеджмента и затратами, которые с ним связаны, и произвести их сопоставление.

Следовательно, менеджмент выступает, с одной стороны, как источник получения дополнительного результата в деятельности организации, а с другой – с ним связаны и дополнительные затраты. Отсюда вытекают принципиальные выводы:

- 1) менеджмент сам по себе не гарантирует повышения эффективности функционирования организации,
- 2) далеко не всегда и не везде необходимо использовать менеджмент в качестве способа упорядочивания работы организации.

Если затраты на менеджмент превышают позитивный результат от его использования, то, вероятно, стоит подумать об ином способе упорядочивания работы организации, отказавшись либо от каких-то менеджерских технологий (ресурсов), либо от менеджмента в целом. Последнее особенно важно для мелких предприятий, которые не обладают полным суверенитетом и пытаются поэтому «встроиться» в технологический процесс крупной или сверхкрупной компании. Мы считаем, что такой подход гарантирует от эйфории использования менеджмента, который в случае получения отрицательного результата становится первопричиной всех неудач и просто отбрасывается (россиянам всегда было свойственно впадать из одной крайности в другую). Использование менеджмента должно быть очень избирательным, почему и необходимо вести разговор о *профессиональном подходе к менеджменту*.

Следующая часть статьи будет посвящена доказательствам высказанных выше предположений. По нашему мнению, удобнее всего это сделать посредством рассмотрения истории развития менеджмента как способа упорядочивания экономических организаций.

Строго говоря, история менеджмента насчитывает чуть больше одного века. Правда, ведя разговор о менеджерских (управленческих) революциях, стоит сказать, что в период промышленной революции стали происходить процессы отделения управления от собственности и формирования слоя наемных управляющих, однако он принял необратимую форму только к концу XIX века, когда появилась научная школа менеджмента (прежде всего работы Ф. Тейлора).

Что нового было внесено в существовавший и до этого процесс управления организациями? Какой новый ресурс был мобилизован для упорядочивания работы организаций? Это – *нормирование деятельности*, которое позволило рационализировать все трудовые операции, свести к минимуму потери рабочего времени как в про-

цессе непосредственного производства, так и «на стыках» между операциями и процессами.

В результате всего этого был достигнут здравый рост производительной силы труда, что не могло не сказаться на общем уровне эффективности функционирования фирмы. Дополнительные затраты на осуществление процесса нормирования были существенно ниже дополнительного эффекта (результата), который был получен с помощью менеджерского ресурса (можно говорить и о менеджерской технологии). Поэтому очевидно, что дополнительные затраты на менеджмент окупились сполна. Менеджеры не могли не уверовать в собственные силы и в возможность непосредственного влияния на производительную силу труда и эффективность функционирования фирмы.

Однако постепенно эйфория улеглась и кое-где даже сменилась унынием. Достигнув рационального способа упорядочивания трудовых движений работника и рационального распределения операций и обязанностей между сотрудниками, фирма фактически столкнулась с резким замедлением темпов прироста производительной силы труда, что не могло не сказаться на общей эффективности функционирования фирмы.

Выход был найден в рамках административной школы в менеджменте (работы А. Файоля), позволившей вовлечь в «менеджерский оборот» новый ресурс – *бюрократическую организацию*, дающую возможность рационализировать работу не производительных работников, а самих управленцев разных уровней иерархии, за которыми закреплялись различные функции.

Расходы на создание бюрократических структур (многоуровневых административных иерархий) достаточно быстро окупались за счет повышения уровня слаженности действий всех подразделений компании и сокращения потерь «на стыках» всего процесса движения капитала, что приводило к ускорению оборота капитала и росту эффективности функционирования фирмы в целом.

Более подробно плюсы бюрократической структуры выглядят следующим образом:

- 1) иерархическая цепочка команд, которая привносит простой и масштабный порядок в организацию,
- 2) специализация и организация на основе должностных обязанностей, дающие возможность добиться эффективности за счет разделения труда и сосредоточения интеллекта в центре организации,
- 3) единые правила для всех, создающие ощущение справедливости,
- 4) стандартные процедуры, обеспечивающие жесткую организационную связь, позволяющие преодолеть устаревшие методы работы,
- 5) карьера в результате продвижения по служебной лестнице, обеспечивающая преемственность управленцев и профессионалов,

- 6) безличностные отношения, снижающие роль семейственности в организации и позволяющие ввести твердую дисциплину,
- 7) координация сверху, дающая возможность регулирования неквалифицированной рабочей силы и снижающая текучесть кадров [5; 82].

Реализация достоинств бюрократической организации дает возможность увеличить производительную силу труда в фирме. Однако данный ресурс тоже исчерпаем и не является безграничным. В координатах «доход – затраты» бюрократическая организация утрачивает свой позитивный потенциал, повышающий общую эффективность функционирования организации. Это проявляется, например, в формулировании известных законов Паркинсона [6], не оставляющих сомнения в том, что достоинства бюрократической организации ограничены и даже при определенных условиях сомнительны.

Какой следующий ресурс, позволяющий дать новый толчок росту эффективности функционирования организаций по мере исчерпания позитивного потенциала бюрократической структуры, был вовлечен менеджерами в фирменный оборот? Это – *мотивация работников*.

Система «человеческих отношений» и развитие поведенческих наук (работы М. Фоллет, Э. Мэйо, Д. МакГрегора, Ф. Герцберга и др.) дали возможность научным способом мобилизовать потенциал работников для повышения производительной силы труда. Хорошо мотивированный работник является более производительным, а немотивированный или мотивированный отрицательно создает проблемы для менеджеров. Положительная мотивация в 20–30-е годы прошлого века фактически позволила добиться прорыва в росте производительности труда. Такое положение способствовало созданию психологически комфортной ситуации в фирме и мобилизации творческого потенциала личности для достижения общих целей компании (предприятия). Использование данного специфического менеджерского ресурса позволило повысить эффективность функционирования организаций.

Управление персоналом, конечно же, – элемент дополнительных издержек, но, с другой стороны, и важный резерв увеличения результата функционирования организации.

Пока соотношение складывается в пользу положительного эффекта от мотивации работников, менеджеры стремятся воспользоваться именно этим менеджерским ресурсом. Однако, как известно, возможности человеческого организма все-таки ограничены и неизбежно наступает момент, когда положительный баланс плюсов и минусов, получаемых от мотивации, меняет знак на противоположный. Объективно возникает потребность в мобилизации какого-то другого ресурса, который позволил бы добиваться роста эффективности функционирования организации. Таким специфическим менеджерским ресурсом становится *стратегия фирмы*.

Не секрет, что выработка стратегии – чрезвычайно дорогостоящее дело, требующее колоссальных дополнительных затрат, связанных с изучением рынка, внешней среды, перспектив технологического прогресса, потребностей и т. д. Однако и плюсы использования стратегии более чем очевидны.

Правильно поставленная стратегическая цель и выбранные средства ее достижения позволяют:

- 1) в долгосрочной перспективе снижать издержки,
- 2) рационализировать производство,
- 3) добиваться высокой производительности труда,
- 4) делать понятной и осознанной деятельность персонала, мотивируя ее в долгосрочном периоде времени,
- 5) мобилизовать достоинства бюрократической структуры организации,
- 6) эффективно использовать основной капитал,
- 7) грамотно применять новейшие достижения научно-технического прогресса, плюсы от использования которых возрастают с течением времени, и др.

Общеизвестно, что стратегия под силу только крупным капиталам. Она требует значительных затрат на выработку и реализацию. Плюсы же стратегии в полной мере могут проявиться только при значительном объеме производства компании, которая может сама оказывать определенное влияние на рынок своего товара.

Первыми в истории, как уже говорилось выше, воспользовались достоинствами стратегии крупнейшие американские гиганты бизнеса «Дженерал Моторз» и «Дюпон де Немур». Это позволило им, помимо собственно реализации достоинств стратегии, решить проблему треугольника «собственность – контроль – управление», преодолеть недостатки холдинговой структуры компании. Переход к стратегии связан со структурной перестройкой компаний и переходом к малтидивизиональным структурам (М-структуркам) [7; 445–469].

Нетрудно заметить, что такой менеджерский ресурс, как стратегия, является ограниченным в своем использовании. Дав фирме первоначальный толчок в развитии (росте эффективности функционирования организаций), он в дальнейшем уже не может постоянно (регулярно) давать возможность получения дополнительных доходов компании. Следовательно, менеджеры должны искать иные специфические ресурсы, которые бы позволили фирме повышать эффективность функционирования организаций. Такими ресурсами становятся *маркетинг и финансовый менеджмент*. Достаточно активно они стали использоваться на Западе с 60-х годов прошлого века.

Маркетинг, как известно из теории, вполне эффективен (позволяет увеличить сбыт продукции, расширить собственный рыночный сегмент и прочее) в условиях насыщенных рынков. Хотя

маркетинг возник на несколько десятилетий раньше (в 1930-е годы), только после трансформации на рынках основных товаров, когда изменилось само соотношение между спросом и предложением в пользу последнего, он стал специфическим менеджерским ресурсом, использование которого позволило при сопоставлении результатов и затрат получать превышение первого над вторым (то есть положительный эффект в конечном итоге).

Не стоит специально доказывать, что маркетинг – очень недешевое удовольствие для фирмы (исследование рынка, изучение товара, поставщиков, конкурентов, поведения потребителя, его вкусов и предпочтений и т. д.), он связан с реальными дополнительными затратами, как явными (дополнительные бухгалтерские издержки), так и неявными (вмененные, трансакционные и прочие издержки) [2; 17–21]. Источником дополнительных затрат становится и такая специфическая форма маркетинга, как стратегический маркетинг.

Маркетинг как менеджерский ресурс, повышающий эффективность функционирования организаций, не исчерпал себя. Справедливости ради стоит сказать о том, что в настоящий момент одновременно используются несколько таких специфических ресурсов.

Вообще стоит отметить, что, рассматривая общую логику и историю менеджмента под углом зрения применения специфических менеджерских ресурсов, автор прекрасно осознает, что в реальной действительности менеджеры могут использовать не один и даже не два из анализируемых ресурсов одновременно. Для нас важно, что существует некая логическая, подтверждаемая ходом исторического процесса последовательность вовлечения менеджерских ресурсов в конкретный фирменный оборот. Теоретической основой здесь могут служить несколько одновременно существующих менеджерских концепций, например школы количественного подхода, системного анализа, ситуационного подхода. В рамках именно этих теоретических подходов и стоит анализировать такие конкретные менеджерские ресурсы, как стратегия, маркетинг, финансовый менеджмент и собственно структура компании (управление структурой).

Теперь настало время остановиться на таком специфическом менеджерском ресурсе, как *финансовый менеджмент*.

Вряд ли стоит специально описывать важность финансов для любой фирмы. «Денежный язык» – универсальный язык всех экономических субъектов. Все они прекрасно его понимают, для них это один из основных каналов получения информации (вспомним, что рынок, контрактная система, да и внутрифирменная иерархия характеризовались нами с точки зрения движения информации и определялись как большие информационные системы). Но нас интересуют здесь не финансы сами по себе, а воз-

можность управления ими для повышения эффективности функционирования фирм.

Активное использование данного ресурса также приходится на 60-е годы прошлого века. Именно в этот период отношение к финансово-му менеджменту изменилось, и он выдвинулся на одно из первых мест в технологическом арсенале менеджеров.

Сам по себе финансовый менеджмент является источником дополнительных затрат (явных и неявных). Однако его правильное использование позволяет сократить величину оборотных средств, которые необходимы компании для успешного функционирования. Умелое управление финансами может приносить и чистый, явный дополнительный доход за счет использования «чужих» капиталов, минимизации рисков, грамотного распределения инвестиционного портфеля, получения большей прибыли от умелого оперирования на рынках различных финансовых активов и т. д. Технологические приемы, которые использует финансовый менеджмент, достаточно хорошо известны и описаны. К ним следует отнести эффект финансового рычага, эффект операционного рычага, комплексное управление текущими активами и текущими пассивами, выбор инвестиционного проекта и выработку финансовой стратегии.

Алгоритм соотнесения результата от использования ресурса с затратами на него действует и в отношении финансового менеджмента.

Стоит специально отметить, что возможности эффективного использования данного ресурса далеко не исчерпаны. Экономическая наука продолжает открывать новые способы упорядочивания финанс, распределения активов в инвестиционном портфеле компаний и т. д. Достаточно вспомнить о Нобелевских премиях в области экономики. За 1990-е годы по крайней мере дважды эти самые престижные премии присваивались за работы в области финансов (управления финансами).

Список специфических менеджерских ресурсов завершает *сама структура фирмы*, которая в последнее время становится объектом постоянного управления. Причину этого следует искать в переходе от жестких структур организаций к гибким. Напрямую можно утверждать, что ресурс «*потенциал бюрократической организации*» во многом исчерпан и уже не обеспечивает прироста эффективности функционирования фирмы.

Гибкая структура организаций, переход к новой единице построения организаций специально не рассматривается в данной статье. Сейчас нас интересует вопрос: насколько все-таки управление структурой компании является ресурсом, обеспечивающим рост эффективности функционирования организаций? Для ответа на него мы должны выявить: где в этом случае появляются дополнительные доходы (результат), а где – источники дополнительных издержек.

Начнем с первого.

Рационализация структуры позволяет снижать общие затраты, связанные с деятельностью фирмы, то есть получать дополнительные доходы. Здесь и экономия на трансакционных издержках, как внешних, так и внутренних, и сокращение численности персонала, и уменьшение количества уровней управления, и прочее. Кроме того, рациональная структура позволяет быстрее осваивать производство новых товаров, приводит к росту производительности труда в сфере непосредственного производства, к повышению мотивации персонала, мобилизации творческого потенциала работников и т. д.

На стороне затрат от использования собственно структуры как объекта управления следует отметить дополнительные издержки, связанные с гибкостью структуры и ее постоянной «подстройкой» к изменяющимся внутренним и внешним условиям хозяйствования. Такие затраты фирма может нести только с уверенностью покрытия их доходами от управления структурой и только в том случае, если имеется достоверная информация о внутренней среде и адекватная – о внешней среде организации. В свою очередь, получение информации – также элемент дополнительных, причем значительных, издержек.

Следовательно, управление структурой организации может быть эффективным, если в результате будут покрыты все перечисленные дополнительные затраты. Их величина значительна, поэтому и эффект от применения гибких структур организации, и переход к иной единице их построения должны быть соответствующими. Ниже мы увидим, что в ряде случаев это становится реальностью. При рассмотрении реинжиниринга, использования реинжиниринговых технологий для эволюционной перестройки внутрифирменной структуры, сетизации и аутсорсинга речь может идти о вероятности достижения значительного «чистого» эффекта от управления структурой организаций.

Такая вероятность, конечно, будет меньше единицы, но она и не будет близкой к нулю. Следовательно, данный менеджерский ресурс становится реальностью современного менеджмента и может привести к росту общей эффективности функционирования организаций.

Еще одна важная сторона рассматриваемой проблемы – *ответственность менеджмента (менеджеров)* за функционирование организации. Истоков такой ответственности можно выделить по крайней мере два. Первый – профессиональная этика менеджеров. Критерий профессионализма – эффективное функционирование фирмы. Следовательно, ответственность становится важной профессиональной характеристикой любого менеджера. Второй – необходимость сочетания интересов всех экономических субъектов, связанных с фирмой. В этом случае появляется возможность свести к минимуму потери от оппортунистического поведения

в рамках организации и тем самым также способствовать росту эффективности функционирования фирмы.

Пожалуй, ответственность менеджмента (менеджера) – это единственный менеджерский ресурс, который не может быть отнесен к исчерпываемым, а кроме того, он может стать еще и реальным средством, повышающим эффективность функционирования фирмы.

Можно ли сформулировать некие правила, которые дают возможность с положительным эффектом для организации пользоваться специфическими менеджерскими ресурсами? Вероятно, да, если мы сможем определить те факторы (причины, условия), которые влияют на данную ситуацию.

Прежде всего, это размер фирмы (размер основного капитала, количество занятых работников, объем производства, доля рынка, величина рыночного сегмента, занимаемого в настоящее время, и прочее). В конечном итоге – это возможности, которыми располагает фирма. Чем они больше, тем больше и возможности эффективно использовать специфические менеджерские ресурсы (и наоборот). Это – правило № 1.

Во-вторых, это состояние внешней среды (мера неопределенности, степень риска для экономических субъектов), которое самым непосредственным образом влияет на соотношение «результат – затраты» применительно к специфическим менеджерским ресурсам. Чем неопределеннее внешняя среда и чем больше риск для экономических субъектов, который она порождает, тем ниже эффективность использования специфических менеджерских ресурсов (и наоборот). Это – правило № 2.

Третье обстоятельство, которое необходимо учитывать в данном случае, – это мера независимости экономического субъекта в принятии решений (степень его суверенитета на рынке). Поэтому правило № 3 будет звучать следующим образом: *чем самостоятельнее экономический субъект в своих действиях на рынке (при принятии решений), тем с большим положительным эффектом он может использовать специфические менеджерские ресурсы (и наоборот).*

Еще один очень важный момент связан с самими специфическими менеджерскими ресурсами. Заметим, что нормирование, рационализация, использование потенциала бюрократической организации, мотивация и, наконец, управление собственно структурой – это ресурсы, связанные преимущественно с состоянием внутренней среды фирмы, параметры которой во многом определяются менеджерами компании. Стратегия, маркетинг, управление финансами – с состоянием внешней среды фирмы, параметры которой менеджеры, в лучшем случае, могут только учитывать.

Отсюда можно вывести еще одно правило. *Фирма в состоянии использовать с высокой вероятностью получения конечного эффекта та-*

кие специфические менеджерские ресурсы, как нормирование, рационализация, бюрократическая организация, мотивация, управление собственно структурой фирмы. Применение же стратегии, маркетинга, управления финансами дает конечный эффект с меньшей вероятностью. Это – правило № 4.

Заданные этими правилами рамки дают возможность фирме принимать конкретное решение об использовании того или иного специфического менеджерского ресурса или их совокупности.

Очевидно, что максимальный эффект может быть получен капиталами-монополиями, которые вписываются во все рассматриваемые ограничения. С другой стороны, мелкие предприятия, субподрядчики, работающие на основе франчайзинговых и иных отношений, имеют меньше возможностей для использования специфических менеджерских ресурсов.

Что касается тех специфических менеджерских ресурсов, которые связаны с внутренней средой организации, то, вероятно, принципиальных различий в их использовании между крупными независимыми и мелкими зависимыми компаниями (фирмами) не так уж и много. Возможно, ими даже можно пренебречь.

Для нас наиболее интересны являются два из описанных специфических ресурсов – потенциал бюрократической организации и управление собственно структурой компании (фирмы). Несмотря на известные возможности крупных капиталов-монополий по сравнению с небольшими фирмами, и те, и другие в *одинаковой степени могут с положительным конечным эффектом использовать преимущества упорядоченности элементов организации потому, что они являются элементами внутренней среды организации*.

Скажем несколько слов о специфике российских фирм в использовании упомянутых менеджерских ресурсов. Здесь нам могут помочь сформулированные выше правила.

Прежде всего, для российских компаний актуально использование таких специфических менеджерских ресурсов, которые фактически лежат на поверхности, – нормирование и рационализация (организация элементарного учета). Наведение надлежащего порядка на производстве и в фирме в целом сулит большой эффект и даст значительный прирост производительности тру-

да. Здесь можно привести любопытный пример из реальной российской действительности.

Зарубежный консультант столкнулся на одном российском предприятии со специфическим поведением персонала на складе. Люди что-то куда-то передвигали, при этом постоянно смотря вверх. Выяснилось, что причина этому – дырка в потолке. На вопрос: почему бы ее не заделать? – последовал ответ об отсутствии на это средств. Западный консультант нашел «гениальное» решение. Он посоветовал навести элементарный порядок на складе. После этого нашлись не только средства на ремонт крыши, но еще и осталось на разрешение других, столь же «неподъемных» до этого, проблем [4; 41].

Резервы роста производительности труда, снижения издержек на российских предприятиях огромны. Мобилизация специфического менеджерского ресурса – нормирования и рационализации – позволила бы зримо повысить эффективность функционирования фирмы.

Столь же легкоиспользуемым, причем в связке с указанным выше источником, на российских предприятиях является другой менеджерский ресурс – мотивация. Можно считать доказанным тезис о том, что современным российским компаниям не хватает идеологии (мотивация персонала – одна из важнейших ее составляющих).

Сложнее обстоит дело с мобилизацией такого ресурса, как структура, причем и в виде бюрократической организации, и в виде управления собственно структурой. Тем не менее и он может быть задействован с позитивным для российской фирмы эффектом (выстраивание бюрократических организаций на основе рационализации управлением труда, построение сетей, аутсорсинговых систем и прочих устойчивых неформальных форм бытия российских бизнес-структур).

Практически сложно использовать те менеджерские ресурсы, зависящие в большей степени от состояния внешней среды, которое в нашей стране и рискованно, и неопределенно. Это – маркетинг, стратегия и управление финансами.

В целом, как нам представляется, российские фирмы должны суметь мобилизовать менеджерские ресурсы, которые лежат на поверхности и могут дать заметный прирост эффективности функционирования предприятия и повышения конкурентоспособности российского бизнеса.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ Тезис о соотношении (сопоставлении) результата и затрат используется в качестве универсального принципа выделения экономических организаций. Сам факт отнесения организаций к экономическим представляется важным, но не единственным условием анализа рынка, контрактной системы и внутрифирменной иерархии. Необходима конкретизация основных тезисов и положений в связи с развитием организаций. Иначе наш анализ будет только статическим, но в действительности организации находятся в непрерывном движении, переходах в новое состояние, взаимоотношениях друг с другом и т. д. (Подробнее см.: [1; 194–208].)

² Фирма, по нашему мнению, нетождественна понятию предприятия, юридического лица. Она – шире, так как включает в себя не только отношения внутрифирменной иерархии, но и контрактные отношения, отношения аутсорсинга и другие, создающие феномен фирмы как совокупности предприятий и юридических лиц, связанных в единую целую капиталом, контрактами, стратегией и ее реализацией. Для фирмы принципиальным становится отношения треугольника «собственность – контроль – управление». (Подробнее см.: [1; 43–49].)

³ Под менеджментом нами понимается способ упорядочивания экономической организации, осуществляемый *наемными профессиональными управляющими в условиях отделения управления от собственности и контроля* (существует треугольник «собственность – контроль – управление», см. выше).

⁴ Заметим, что стоит выделять два типа малых предприятий: одни хозяйствуют на свой страх и риск (они неустойчивы, легко создаются и исчезают), другие, будучи формально юридически самостоятельными, реально являются частью («колесиком и винтиком») крупных и сверхкрупных фирм, устойчивость которых предопределяет и сроки, и формы их функционирования. Такое малое предприятие получает гарантии своего функционирования от крупного капитала за счет передачи последнему части своего суверенитета. Эта специфическая форма существования их трансакционных издержек, как нам представляется, дает возможность выделения, помимо известных форм экономической организации (рынок, контрактная система, иерархия), еще одной – нерыночной – формы организации в рамках рыночных систем.

⁵ Представляется, что простая капиталистическая кооперация, разделение труда и их использование на базе трехзвенной системы машин – это специфические управленческие ресурсы, которые давали возможность повысить эффективность функционирования экономических организаций. Кооперация позволяла использовать комбинированную рабочую силу, разделение труда – более высокую производительность труда отдельных работников, *объединенных в единое целое*. Заметим, что эти ресурсы – *исчерпываются*. Именно поэтому на определенном этапе развития производительных сил мы приходим к необходимости отказа от бюрократической организации в пользу координации бизнес-процессов.

⁶ По нашему мнению, помимо трех форм экономической организации: рынок, контрактная система, фирма (иерархия), существует еще и нерыночная форма экономической организации в рамках рыночных систем. Это специфическая форма защиты трансакций, когда юридическое соглашение заключается формально (юридически) равными, а реально – неравными участниками рынка (сделка между крупной и малой компаниями в форме франчайзинговой, субподряда и прочее).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Акулов В., Рудаков М. Теория организации. 2-е изд. Петрозаводск: Изд-во ПетрГУ, 2001. 316 с.
2. Акулов В. Финансовый менеджмент. 3-е изд. М.: Флинта, 2007. 263 с.
3. Богданов А. А. Тектология. Всеобщая организационная наука: В 2 т. М.: Наука, 1989.
4. Краснова В., Хорошавина Н. Организация конвейера по системе Станиславского // Эксперт. 1996. № 46. С. 41–45.
5. Мильнер Б. Уроки бюрократической системы управления // Вопросы экономики. 1999. № 1. С. 82–85.
6. Паркинсон С. Законы Паркинсона. М.: Прогресс, 1989. 387 с.
7. Уильямсон О. Экономические институты капитализма. Фирмы, рынки, «отношенческая» контрактация: Пер. с англ. СПб.: Лениздат, 1996. 702 с.