

В ПОМОЩЬ ЛЕКТОРУ

УДК 330.1+338.24.01

ББК 65.01+65.050

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ И ТЕОРИЯ УПРАВЛЕНИЯ

С. В. Курегян

kureguan@bntu.by

доктор экономических наук, доцент

профессор кафедры «Экономика и право»

Белорусский национальный технический университет

г. Минск, Республика Беларусь

Экономическая теория в современных условиях должна изучать и теоретические проблемы управления. В статье дается определение менеджмента. Указываются вопросы теории управления, которые следует изучать в «Экономической теории». Это позволит усилить теоретическое обоснование «Менеджмента»

Ключевые слова: экономическая теория, свобода, менеджмент, инновации, предпринимательская деятельность.

Введение. В экономической теории проблема управления или вовсе не присутствует, или представлена очень слабо. Между тем от правильного управления, от правильно разработанной стратегии управления и, самое главное, ее применения, от методов и способов управления, которые во многом зависят от объекта управления, а также знания человеческой природы, его целей и задач, от способа мышления во многом зависит не только теория экономики, но и ее практика. Это особенно касается «Микроэкономики», в которой изучаются экономические проблемы на уровне фирмы, хозяйствующих субъектов. Но хозяйствующий субъект действует не изолированно, а в системе с другими, аналогичными хозяйствующими субъектами, входит с ними в определенные экономические отношения. Поэтому от правильного управления процессом маркетинга во многом зависит успех деятельности фирмы. Такие же экономические отношения возникают при взаимодействии хозяйствующих субъектов с банковской и в целом с кредитной системой, что также требует умелого управления этими процессами. Наконец, бизнес, специфика различных бизнесов, степень их неопределенности, вероятность рисков и т. д. также требуют адекватного управления. Но при всем этом, касаясь взаимосвязи «Экономической теории» и «Менеджмента», мы должны ограничиться именно ее теоретическим уровнем, особенно не вторгаясь в практические вопросы управления, поскольку это предмет другой науки – менеджмента. Поэтому необходимо найти ту грань, ту черту, за которую нельзя переходить. Таким образом, мы очертили круг тех вопросов, которые следует рассмотреть в данной статье. При этом мы должны опираться на новейшие исследования в этой области и на практический опыт выдающихся предпринимателей в области управления.

Результаты и обсуждение. Определение понятия менеджмента до сих пор остается дискуссионным, нет однозначного ответа и на вопрос о границах управления, которое мы можем отнести к менеджменту. Менеджмент можно определить как управление на уровне хозяйствующих объектов с целью достижения определенных социально-экономических результатов. Но эти достижения не могут быть максимально возможны без налаженного, целенаправленного, самое главное – умного управления государством всей

экономикой, от законов и механизмов их реализации и т. п. Поэтому менеджмент следует трактовать шире, имея ввиду взаимодействие бизнеса и государства.

Менеджмент – это осознанное, целенаправленное воздействие на материальный и человеческий фактор производства с целью их эффективного, рационального использования. Последнее во многом зависит от их способов, методов и средств, которые используются для этих целей. Прежде всего, это касается работников организации, от степени вовлеченности их в дела организации, от мотивации и стимулирования их труда, создания условий для высокоэффективного и высокопродуктивного труда. От их деятельности во многом зависит, каким образом будут использованы материальные факторы производства (машины, оборудование, информационные технологии и т. д.), а также научные приборы, установки, мастерские, декорации, аппаратура, интерьер, хранилища, информационные и компьютерные системы и др.

Другими словами, правильные управленческие решения как результат менеджерского труда способствуют не только более эффективному использованию самих работников, но тех средств труда, которые они используют, создавая те или иные продукты, потенциальные товары. Это во многом зависит и от руководителей этого процесса, самих менеджеров, от их знаний, умений, человеческих качеств, способности общения с людьми и т. п. Это, в свою очередь, зависит от их компетентности, но и не в последнюю очередь от их экономического мышления, речь идет особенно о системном и стратегическом мышлении. И системное, и стратегическое мышление особенно должны быть присущи высшему звену менеджмента, поскольку менеджеры среднего и низшего звена видят возникающие проблемы, задачи только на своем уровне. Поэтому их экономическое мышление ограничено, замкнуто только пониманием, анализом и принятием правильных решений на их уровне. Системное же мышление «позволяет проникнуть за пределы того, что представляется изолированными и независимыми объектами, и увидеть лежащие в их основе структуры» [1, с. 25]. Именно поэтому часть принимаемых решений топ-менеджерами воспринимается менеджерами среднего звена ошибочными, нецелесообразными и своевременными и т. п., поскольку они видят проблему с высоты своего управленческого уровня и не охватывают бизнес целиком.

То же самое касается стратегического мышления, поскольку невозможно принятие стратегических решений без стратегического мышления. Уровень среднего звена менеджмента принимает решения конкретных задач на данном временном отрезке, часто ограниченном небольшим временным сроком. Поэтому менеджеру среднего звена не столь важно и необходимо стратегическое мышление как топ-менеджеру, который больше занят решением стратегических задач, последние должны ориентироваться не только на текущие, среднесрочные, но и долгосрочные цели, а для этого необходимо, в свою очередь, стратегическое мышление, позволяющее рассуждать, анализировать и прогнозировать достижение этих целей. Стратегическое мышление – это способность мыслить глобально, выходить за пределы частных. Поскольку стратегия больше подвержена неопределенностям и рискам, то мышление не может не учитывать эти моменты.

Поэтому обладатели стратегического мышления опираются не только на научное мышление, но и на искусство. Они взаимно дополняют и подпитывают друг друга. «Наука и искусство отличаются друг от друга по самой своей сути, – пишут А. Диксит и Б. Нейлбафф, – науки изучают придерживаясь систематического, логического подхода, тогда как искусством можно овладеть только посредством анализ реальных примеров, путем накопления опыта и благодаря упорной практике» [2, с. 15]. Сказанное еще в большей степени касается самой предпринимательской деятельности. Вспомним, как строил стратегию бизнеса Джон Рокфеллер, который добился выдающихся результатов именно благодаря системному и стратегическому мышлению. Системное мышление помогло

ему заложить основы своего бизнеса, по мере того, как он набирался опыта, больше прибегал к стратегическому мышлению. Этому способствовало также развитое чувство ответственности и преданность выбранным принципам бизнеса [3]. То же самое можно сказать о другом успешном предпринимателе – Коносуке Мацусита, философия ведения бизнеса которого не только подтверждает необходимость системного и стратегического мышления, но и служит примером для начинающих бизнесменов, как строить свой бизнес, чтобы он был успешным и длительным. Ему успех сопутствовал еще и потому, что он определил правильно методы работы и отдавался делу всем сердцем [4].

Успех управления зависит не только от системного и стратегического управления, но и от правильного выбора принципов работы. Очень важную роль играют умение и стремление работать в команде. Эпоха «одиноких волков» уходит в прошлое, на передний план выдвигается командный подход в управлении и деятельности организации. Командный подход за счет синергического эффекта, позволяет объединить усилия многих, порой, разных людей, которые дополняют друг друга. Командный подход тем хорош, что он уменьшает ответственность каждого, а также уменьшает страхи, связанные с возможными неудачными решениями, как, впрочем, уменьшает и количество неправильных решений, поскольку опирается на коллективный разум. Хорошо сказал о преимуществах командной работы Дж. Максвелл: «Командная работа не только позволяет человеку делать то, что он сам не в состоянии, но и умножает все, чем он обладает – включая талант ... Каким бы ни было ваше видение будущего или желание, командная работа воплощает мечту в реальность» [5, с. 22]. Командный подход к управлению не исключает лидерства и роль лидеров в управлении. Лидеры не только вносят решающий вклад в дело, но и вдохновляют весь коллектив, объединяют усилия многих и направляют на достижение поставленной цели. Лидер, каким бы он ни был выдающимся, не может и не должен игнорировать мнение коллектива. Каждый член коллектива должен в меру своих сил, знаний, компетентности вносить вклад в общее дело. Менеджер не может знать всех нюансов дела, особенно скрытых резервов и возможностей, поэтому он полагается и учитывает мнение других. Вдумчивый менеджер со всей серьезностью относится даже к самому необъективному мнению своих подчиненных. Учет мнений своих подчиненных позволяет им раскрыться в большей степени, поскольку показывает им, что с ними считаются.

Если руководитель не прислушивается к мнению своих работников, то это нередко приводит к отрицательным последствиям, к снижению, например, их продуктивности. Поэтому не случайно, что учет мнений работников Р. Вагнер и Д. Хартер считают одним из важных элементов успешного менеджмента [6, с. 109–123]. Все сказанное касается управления созданием продукта, но не менее важно умение продать созданный продукт. Нам представляется, что тезис о том, что нужно производить то, что можно продать, стал трудноразрешимым, поскольку бизнесу не всегда удается подчиниться рынку по разным причинам, в том числе и по причине недостаточности капитала или неимения сотрудников соответствующего уровня и т. д. Поэтому бизнес нередко производит не то, что можно продать, а то, что ему под силу произвести. И здесь на передний план выдвигаются вопросы маркетинга. Существует множество работ по маркетингу, его концепциях, комплекса и т. д. но практических работ, которые могли бы подсказать, как реально добиться успеха на рынке, мало. Между тем, это важно для практического понимания абстрактных схем спроса и предложения «Экономической теории».

Дело в том, что продажа товара зависит не только от покупателя, от клиентов, но от конкурентов, от их действий на рынке, которые во многих случаях непредсказуемы и трудно поддаются прогнозированию. Интересные соображения и советы мы встречаем в книге «Маркетинговые войны. Новое издание», в которой авторы Дж. Траут и Э. Райс сравнивают конкурентов с противниками на войне, в которой необходимо победить в

битве за покупателя. Они разрабатывают и предлагают ряд принципов, которые можно использовать в этой борьбе, вопросы стратегии и тактики и т. п. [7]. Единственное замечание, которое следует сделать, это то, что отсутствует учет специфики бизнеса, который имеет очень важное значение для адекватного управления этим процессом. Например, мы не можем управлять интеллектуальным рынком так же, как управляют рынком обычных товаров, как, впрочем, мы не можем управлять, скажем, искусством или инновациями, как управляют производством материальных благ. Следует учитывать специфику объекта управления, если мы хотим добиться желаемого результата. Хорошо и успешно апробированные методы управления в одних отраслях могут быть непригодны в других, более того, они могут привести к неудачам. В инновационной сфере к неудачам могут привести и так называемые «подрывные технологии» (термин, который ввел К. Клейтон). Вот что он пишет: «Большинство новых технологий способствует совершенствованию продукта. Такие технологии я называю поддерживающими. Они могут быть новыми, радикальными, очень постепенными, – инкрементными. Однако время от времени появляются "подрывные" технологии: инновации, которые обеспечивают более низкое качество продукта по основным техническим характеристикам, по крайней мере в ближайшем будущем. Как ни парадоксально, но во всех случаях <...> именно "подрывные" технологии предопределили крах ведущих компаний <...> Продукты, созданные на основе "подрывных" технологий обычно дешевле, проще, меньше и удобнее в обращении» [8, с. 14–15]. Приводятся и другие причины неудач: скорость технического прогресса может опередить потребности рынка; в процветающих компаниях в отличие от новичков решения об инвестициях определяются предпочтениями потребителей и финансовыми структурами самих компаний. После рассмотрения всех этих причин автор приходит к выводу о необходимости совершенствования управления, нацеленного на использование этих ситуаций. На наш взгляд, немаловажную роль играет и финансирование инноваций, где предпочтение необходимо отдавать «пионерным» инновациям и внимательно проследить, чтобы эти «подрывные» инновации не выделялись как объекты инвестиций и финансирования. Вообще выделение финансирования инновациям играет немаловажную роль в инновационном прогрессе [9, с. 24–27]. Не меньше вопросов возникает при управлении нематериальной сферой – наукой, и особенно искусством, которые как духовное явление требуют к себе особого, деликатного отношения. Жесткие формы управления, присущие во многом материальному производству, здесь могут сыграть отрицательную роль. Творческая свобода важнее многих искусственных схем. Впрочем, она важна в любой организационной форме. На эту сторону указывали М. Фридман и Ф. Хайек [9].

Экономическая свобода – это залог экономического успеха. Главное заключается в том, что экономическая теория не может обойтись без теории управления, поскольку история показывает, что капитал нарастить невозможно без соответствующего уровня управления. Ни одну экономическую задачу, в том числе и касающуюся банков, финансов, денег не решить без надлежащего управления.

Выводы. Исследование показало, что при рассмотрении проблем управления возникает немало вопросов, которые могут быть не только затронуты в «Экономической теории», но и широко представлены. Изучение теоретических аспектов управления имеет важное значение для совершенствования курса «Менеджмент». Поскольку концептуальные основы любой конкретной экономической науки дает именно «Экономическая теория». Изучение теории управления позволяет обогатить оба курса: и «Экономическую теорию», и «Менеджмент». При этом следует максимально дистанцироваться от «Экономической теории», и «Менеджмента», разработанных в условиях развитой рыночной экономики, которые к нашей экономике имеют отдаленное отношение.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. О'Коннор, Дж. Искусство системного мышления. Необходимые знания о системах и творческом подходе к решению проблем / Дж. О'Коннор и И. Макдермотт. Пер. с англ. – М., «Альпина Паблишерз», 2018. – 396 с.
2. Диксит, А. Теория игр. Искусство стратегического мышления в бизнесе и жизни / А. Диксит и Б. Нейлбафф, пер. с англ. Н. Яцюк. – 4-е изд. – М., 2018. – 464 с.
3. Рокфеллер, Дж. Д. Как я нажил 500000000. Мемуары миллиардера / Дж. Д. Рокфеллер; пер. с англ. В. Н. Классон. – М., изд-во АСТ, 2018. – 320 с.
4. Мацусита, К. Миссия бизнеса / К. Мацусита; пер. с англ. – 3 изд. – М.: «Альпина Паблишерз», 2011. – 189 с.
5. Максвелл, Дж. Работа в команде / Дж. Максвелл; пер. с англ. О.Г. Белошеев. – Минск: Попурри, 2014. – 128 с.
6. Вагнер, Р. 12 элементов успешного менеджмента / Р. Вагнер, Дж. Хартер; пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. – 248 с.
7. Траут, Дж., Райс, Э. Маркетинговые войны. Новое издание. – СПб.: «Питер», 2018. – 288 с.
8. Клейтон, М.К. Дилемма инноватора. Как из-за новых технологий погибают сильные компании / М.К.Клейтон; пер. с англ. – 7-е изд. – М.:«Альпина Паблишерз», 2019. – 239 с.
9. Трифоненкова, Т.Ю. Финансовые инновации: Учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 141 с.
10. Фридман и Хайек о свободе. Пер. с англ. А. Бабич / М.Фридмен, Ф. Хайек. О свободе. – Минск: «Полифакт». – 125 с.

Статья поступила в редакцию 21 августа 2019 года

ECONOMIC THEORY AND MANAGEMENT THEORY

S.V. Kuregyan

kuregyan@bntu.by

Doctor of Economics, Associate Professor,
Professor, of the Department of «Economics and Law»
Belarusian National Technical University
Minsk, Republic of Belarus

The economic theory in modern conditions should study also theoretical problems of management. The article gives the definition of management. The questions of the theory of management which should be studied in "Economic theory" are specified. This will strengthen the theoretical basis of «Management»

Keywords: economic theory, freedom, management, innovations, entrepreneurial activity.

References

1. O'Konnor, Dzh. Iskuststvo sistemnogo myshleniya. Neobhodimye znaniya o sistemah i tvrocheskom podhode k resheniyu problem / Dzh. O'Konnor i I. Makdermott. Per. s angl. – М., «Alpina Pablishez», 2018. – 396 s.
2. Diksit, A. Teoriya igr. Iskuststvo strategicheskogo myshleniya v biznese i zhizni / A. Diksit i B. Nejlbaff, per. s angl. N. Yacyuk. – 4-e izd. – М., 2018. – 464 s.
3. Rokfeller, Dzh. D. Kak ya nazhil 500000000. Memuary milliardera / Dzh. D. Rokfeller; per. s angl. V. N. Klasson. – М., izd-vo AST, 2018. – 320 s.
4. Macusita, K. Missiya biznesa / K. Macusita; per. s angl. – 3 izd. – М.: «Alpina Pablishez», 2011. – 189 s.
5. Maksvell, Dzh. Rabota v komande / Dzh. Maksvell; per. s angl. O.G. Belosheev. – Minsk: Popurri, 2014. – 128 s.
6. Vagner, R. 12 elementov uspeshnogo menedzhmenta / R. Vagner, Dzh. Harter; per. s angl. М.: Alpina Biznes Buks, 2009. – 248 s.
7. Traut, Dzh., Rajs, E. Marketingovye vojny. Nvoe izdanie. – SPb.: «Piter», 2018. – 288 s.
8. Klejton, M.K. Dilemma innovatora. Kak iz-za novyh tehnologij pogibayut silnye kompanii / M.K.Klejton; per. s angl. – 7-e izd. – М.:«Alpina Pablishez», 2019. – 239 s.
9. Trifonenkova, T.Yu. Finansovye innovacii: Ucheb. posobie. – М.: INFRA-M, 2013. – 141 s.
10. Fridman i Hajek o svobode. Per. s angl. A. Babich / M.Fridmen, F. Hajek. Osvobode. – Minsk: «Polifakt». – 125 s.