

# Задачи и структура теории менеджмента

Черняков Михаил Константинович,

д-р экон. наук, к-т техн. наук, профессор ИСЭ, член-корр.РАЕН,  
сертифицированный специалист и мастер MCAS, тренер МСТ,

[mkacadem@mail.ru](mailto:mkacadem@mail.ru)

# Фундаментальные задачи теории менеджмента

Перед любой теорией менеджмента (хоть «классической западной», хоть «российской», хоть «восточной», хоть любой другой) стоят две **фундаментальные задачи**.

**Первая задача** состоит в том, чтобы обеспечить максимально эффективное **удовлетворение потребностей** – материальных (функциональных), эмоциональных и духовных - всех «заинтересованных лиц» бизнеса – акционеров (владельцев), клиентов, наемных работников, поставщиков, государственных структур, средств массовой информации, а также потребностей общества и страны в целом.

Вторая задача теории менеджмента (точнее, системы управления бизнесом, построенной на основе соответствующей теории менеджмента) состоит в том, чтобы обеспечить максимально эффективное **использование важнейших ресурсов** бизнеса и общества – природных, материальных, финансовых, человеческих и информационных (разумеется, с точки зрения эффективности удовлетворения потребностей).

# Структура теории менеджмента

Любая теория менеджмента состоит из трех основных элементов:

**Философской основы** (системы основополагающих идей, ценностей, целей, принципов, постулатов, норм и правил поведения)

«**Катехизиса**» (структурированной и исчерпывающей системы ответов на основополагающие вопросы управления бизнесом, которая, естественно, определяется философской основой теории менеджмента)

**Алгоритма внедрения, развития и модификации** (т.е, алгоритма построения, изменения и развития конкретной системы управления бизнесом, построенной на основе соответствующей теории менеджмента). При этом, обычно алгоритм внедрения включается в состав «катехизиса» теории менеджмента.

Кроме того, поскольку каждая из основных теорий менеджмента (их всего три) имеет определенный опыт и результаты применения, неотъемлемой частью описания каждой теории менеджмента является исследование и анализ этого опыта и его результатов, а также эффективности (и даже просто применимости соответствующей теории) для российских компаний на данном этапе развития российской экономики и российского общества.

# Классическая западная теория менеджмента

В основе любой теории менеджмента лежит система основополагающих идей, ценностей, целей, принципов, взглядов, постулатов, норм и правил поведения, как правило, «канонизированная» в том или ином религиозно-философском учении (или совокупности таких учений).

Так, например, **классическая западная теория менеджмента**, обеспечившая высокий уровень экономического развития «западной цивилизации» покоится на «четырех китах» - **протестантской этике** («пуританской морали»), «**классическом гуманизме**» греко-римской культуры и эпохи Возрождения, «**индивидуалистическом гуманизме**» эпохи Просвещения (конец XVIII – начало XIX века), а также **теории функционального разделения труда** Адама Смита (последняя, впрочем, с определенным успехом с середины 90-х годов XX века заменяется процессным подходом к управлению, разработанным Хаммером, Чампи и Дейвенпортом в начале 90-х годов).

Кроме того, для ряда компаний (например, строительных, консалтинговых, системных интеграторов и т.д.) более предпочтительным является проектный принцип построения организационной структуры, так как вся деятельность компании строится вокруг определенного «портфеля» основных и обеспечивающих проектов.

# «Восточная» и «исламская» теории менеджмента

«Восточная» теория менеджмента, обеспечившая качественный скачок в экономическом развитии Японии в 60-х – 70-х годах XX столетия, а также появление в 70-е – 80-е годы целого ряда «экономических тигров» в Юго-Восточной Азии (Южной Корее, Тайване, Сингапуре и т.д.) и бурное развитие материкового Китая, начавшееся в 80-е годы и продолжающееся по сей день, основана, во-первых, на **конфуцианской философии, морали и этике** и, во-вторых, на соответствующих **восточных религиозных системах – синтоизме** (Япония), **даосизме** (Китай) и **буддизме** (страны Юго-Восточной Азии, за исключением мусульманских, и, в некоторой степени, Китай).

В основе «исламской» теории менеджмента, которая практикуется в мусульманских странах Ближнего Востока, а также Юго-Восточной Азии (Малайзия, Индонезия), лежат, естественно, положения Священного Корана, хадисов и свода законов шариата.

# «Катехизис» теории менеджмента

Использование религиозного термина «катехизис» для обозначения данного элемента является наиболее удачным;

- ✓ во-первых, потому, что, как уже отмечалось, в основе любой теории менеджмента лежит определенная **совокупность религиозно-философских учений и взглядов**,
- ✓ во-вторых, «**классический катехизис**» христианской церкви (католической, православной или протестантской – лютеранской, кальвинистской, англиканской и т.д.) имеет совершенно аналогичную структуру (т.е., представляет собой структурированную и исчерпывающую систему ответов на основополагающие вопросы вероисповедания).

Правда, в отличие от религиозного катехизиса, насчитывающего сотни вопросов и сотни же страниц, «**катехизис теории менеджмента**» - это довольно компактный документ, состоящий из всего лишь нескольких основополагающих вопросов и занимающий несколько же страниц.

Разумеется, чем более адекватным реальности является **катехизис теории менеджмента**, тем более эффективной является эта теория. Очевидно также, что именно **катехизис теории менеджмента** является основой корпоративной культуры компании.

# Классический подход к менеджменту

Наиболее распространенной является классическая *интерпретация практики и теории менеджмента с функциональных позиций*, основанная на следующих двух аксиомах:

- 1) основу менеджмента составляет процесс, одинаковый для всех организаций, т.е. имеющий универсальный характер;
- 2) процесс менеджмента складывается из ряда действий, т.е. основных функций управления, выделенных в результате специализации труда, которые в совокупности составляют единое целое.

Самым значительным **достижением** классического подхода является признание менеджмента как важного феномена организованной деятельности. Чрезвычайно большое значение имеет определение главных функций управления, которые во многих современных учебниках служат основой при изложении теории менеджмента.

**Недостаток** такого подхода заключается в акцентировании внимания на организационной структуре и процедуре менеджмента при игнорировании роли человеческого фактора.

# Бихевиористический подход к менеджменту

Представители *бихевиористической* науки рассматривают менеджмент как процесс взаимодействия людей. Они полагают, что его задачи сводятся к изучению межличностных отношений.

**Ученые-бихевиористы** в значительной степени способствовали изучению человеческого аспекта менеджмента и в первую очередь **функций руководства людьми**. Они исходят из того, что менеджеры выполняют свою работу взаимодействуя с людьми и поэтому должны использовать *достижения психологии и социологии*. Отсюда делается правильный вывод, что менеджер должен уметь работать с людьми, т.е. быть эффективным руководителем.

Однако в действительности сфера менеджмента гораздо шире. Проблемы поведения человека составляют лишь одну его часть.

**Бихевиористический подход** исключает понимание организации как единого целого, на которое работники оказывают влияние и которое в свою очередь воздействует на них. В результате сведения менеджмента к взаимоотношениям людей игнорируются такие его основные функции, как планирование, организация и контроль. Чтобы человек стал эффективным менеджером, недостаточно иметь психологическую или психологически-социологическую подготовку. При всей ее важности необходимы знания и в других областях.

# Структура катехизиса теории менеджмента

Очевидно, что фундаментом, ядром, **основой катехизиса** и его важнейшим элементом, который определяет и все остальные, является определение основополагающей цели бизнеса, которая, естественно, определяет средства – все остальные элементы катехизиса.

Эти «**производные**» (от основополагающей цели, разумеется) элементы катехизиса теории менеджмента можно условно разделить на три группы (категории) –

- 1) организация бизнеса,
- 2) «заинтересованные лица»,
- 3) «общая философия».

«Условно» потому, что не всегда и не везде можно провести четкую границу между этими категориями.

## бизнеса:

1. Что из себя представляет компания – *идеальный механизм («машину»), «живое существо», «семью», «королевство», «религиозное сообщество» или что-то иное?*
2. Каков оптимальный процесс развития компании – *плавный и эволюционный или скачкообразный и революционный?*
3. Каково оптимальное соотношение между рисками и доходностью – *высокие риски/высокая доходность, низкие риски/низкая доходность или средние риски/средняя доходность?*
4. Что является главным в управлении компанией – *тщательно разработанные, формализованные и обоснованные планы или интуитивное озарение?*
5. Каким должен быть основной принцип построения организационной структуры компании – *функциональным, процессным, проектным или каким-либо другим?*
6. Какова роль «первого лица» в компании? *Является ли он/она главным менеджером, духовным лидером или кем-то другим?*
7. Какими должны быть важнейшие показатели эффективности деятельности бизнеса (*точнее, как должна быть устроена исчерпывающая и логически непротиворечивая система важнейших показателей эффективности*)?
8. На чем должна быть основана система стимулирования сотрудников компании – *на материальных или нематериальных стимулах или на их оптимальном сочетании? И какие материальные и нематериальные стимулы являются наиболее эффективными?*

# Категории заинтересованных лиц

К категории заинтересованных лиц относятся вопросы:

1. Какова «относительная» значимость различных «заинтересованных лиц» компании в ее успехе и процветании?
2. На каких принципах должны быть построены взаимоотношения между «заинтересованными лицами» компании – *индивидуализма, коллективизма или каких-то иных?*
3. Существует ли какая-либо «общая идеология», объединяющая всех «заинтересованных лиц» компании и если да, то в чем она заключается?
4. Каковы должны быть оптимальные взаимоотношения между компанией и государством («властью») – *федеральной, региональной, муниципальной, местной?*
5. Каковы должны быть оптимальные взаимоотношения между компанией и обществом («народом», населением страны или региона)?

# Общепилософские категории

К категории общепилософских относятся вопросы по наиболее общим, *пилософским проблемам*, которые, тем не менее, имеют самое прямое отношение к эффективности и адекватности соответствующей **теории менеджмента**:

1. Имеет ли каждая компания в «бизнес-пространстве» свою «Судьбу», свою «Миссию», свое «Предназначение», объективное и не зависящее от воли владельцев и менеджеров бизнеса или «каждый бизнес – сам творец своей Судьбы»? Или же «доля Истины» есть и в том, и в другом утверждении?
2. Существуют ли «объективные законы» бизнес-пространства и если да, то насколько они познаваемы (*формализуемы*) и какую «степень свободы» эти объективные законы оставляют каждой конкретной компании?
3. Насколько объективными или, наоборот, управляемыми (*формируемыми*), являются «потребности рынка»?
4. Какие «потребности рынка» являются наиболее важными и существенными – материальные, эмоциональные или духовные?
5. Насколько автономны «личность» и «поведение» компании от личности ее «первого лица»? Иными словами, является ли компания «обезличенной» или, наоборот, «личностной» и в какой степени?