Управление фирмой в условиях перемен

Мацкуляк Иван Дмитриевич¹

Д-р экон. наук, проф., заслуж. деятель науки Российской Федерации,
ORCID: 0000-0002-2550-0250, e-mail: mid48@mail.ru

Кулигин Василий Дмитриевич²

Д-р экон. наук, проф., ORCID: 0000-0002-5859-2649, e-mail: vassily_kuligin@mail.ru

Мацкуляк Дмитрий Иванович³

Канд. экон. наук, ген. директор, ORCID: 0000-0002-5619-4727, e-mail: midio@mail.ru

^{1,2} ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», 109542, Рязанский пр., 99, г. Москва, Российская Федерация

³ ООО «Юкон Лайн», 117648, Чертаново Северное мкр., д. 7, к. Г, г. Москва, Российская Федерация

Аннотация

Цель статьи — изучение управления фирмой в условиях экономических перемен, связанных с внедрением в ее деятельность инноваций, их комбинаций, и учитывающих инициированное собственное видение предпринимателей. В соответствии с целью сформулированы следующие задачи: раскрыть потенциал управления фирмой, направленный на решение внутрифирменных проблем и одновременно на преобразование всей рыночной системы; выявить дуальность рыночной закономерности его проявления в современной хозяйственной среде и предложить ряд направлений его совершенствования на базе синергии внедряемых в производство комбинированных прогрессивных тенденций.

Методология исследования исходит из: принципиального различия между разделением труда внутри фирмы и тому подобных структур и общественным разделением труда как таковым; известного постулата об общности и особенностях однотипных экономических явлений, к которым относятся рыночная экономика и ее основное звено — фирма, организация, предприятие и др.

Результаты включают обобщение взглядов ученых на управление фирмой в условиях перемены труда, производства и экономики, которая происходит в результате внедрения в предпринимательский процесс инноваций, их различных комбинаций. Раскрыта связь фирмы не только с рынком (сферой обмена), но и рыночной экономикой как единым целым. Обосновано, что обе структуры становятся двигателем роста экономики. Управление фирмой представлено не только внутри нее, но и вне, как продолжение и порождение функционирующего рынка, рыночной системы — этот аспект выступает ключевым в процессе экономического развития.

Сформулирован вывод о том, что управление предпринимательской фирмой в условиях перемен становится базовым инструментом прогресса хозяйствующих субъектов, превращается в специфический рациональный канал привнесения комбинированной модернизации экономики, а поиск путей разрешения противоречия между ними как частью и целым становится движущей силой общественного прогресса.

Ключевые слова: фирма, управление фирмой, разделение труда, перемена экономики, структура производства, предпринимательство, информация, рынок, рыночная система

Для цитирования: Мацкуляк И.Д., Кулигин В.Д., Мацкуляк Д.И. Управление фирмой в условиях перемен//Управление. 2021. Т. 9. № 1. С. 27–39. DOI: 10.26425/2309-3633-2021-9-1-27-39

Managing a firm in the face of change

Ivan D. Matskulyak¹

Dr. Sci. (Econ.), Prof., Honored Scientist of the Russian Federation, ORCID: 0000-0002-2550-0250, e-mail: mid48@mail.ru

Vassily D. Kuligin²

Dr. Sci. (Econ.), Prof., ORCID: 0000-0002-5859-2649, e-mail: vassily_kuligin@mail.ru

Dmitry I. Matskulyak³

Cand. Sci. (Econ.), Gen. Director, ORCID: 0000-0002-5619-4727, e-mail: midio@mail.ru

^{1,2} State University of Management, 99, Ryazanskii pr., Moscow, 109542 Russia

³ Yukon Line LLC, 7, k. "Г", Chertanovo Severnoe mkr., r. Moscow, 117648 Russia

Abstract

The purpose of the publication is to study the management of the company in the context of economic changes associated with the introduction of innovations in its activities, their combinations, and taking into account the initiated entrepreneurs proper vision. In accordance with the goal, the following tasks are formulated: to achieve the company management potential, aimed at solving intra-company issues and at the same time transforming the entire market system; to identify duality of market regularity of its manifestation in modern economic environment and to propose a number of directions of its improvement on the basis of synergy of combined progressive trends introduced into production.

The research methodology is based on the fundamental difference between the division of labor inside of the company and similar structures and the social division of labor itself; a well-known postulate on the commonality and features of the homotypic economic phenomena, which are the market economy and its main link — a company, organization, enterprise, etc. in the article.

The results include a generalization of scientists' views on the management of the company in conditions of change in labor, production and the economy, which occurs due to the introduction of innovations, their various combinations, into the entrepreneurial process. The company's connection is disclosed not only with the market (exchange sphere), but also with the market economy as a cohesive whole. It is justified that both structures become the engine of economic growth. The company management itself is represented not only inside of it, but also outside, as the continuation and generation of a functioning market, market system. This is the key aspect of economic development.

In conclusion, it is concluded that the management of an entrepreneurial company under conditions of change becomes the basic tool for the progress of business entities, turns into a specific rational channel for introducing combined modernization of the economy, and the search for ways to resolve the contradiction between them as part and whole, becomes the driving force of social progress.

Keywords: firm, management of firm, division of labor, economic change, structure of production, business, information, market, market system

For citation: Matskulyak I.D., Kuligin V.D., Matskulyak D.I. (2021). Managing a firm in the face of change. *Upravlenie*, 9 (1), pp. 27–39. DOI: 10.26425/2309-3633-2021-9-1-27-39

Введение [Introduction]

Экономическое развитие любой страны, предполагающее и ее экономический рост, как известно, в решающей мере зависит от уровня управления этими процессами. Особая роль в управленческой иерархии по их осуществлению принадлежит основному звену экономики, к которому, безусловно, относится фирма. В настоящее время в отечественной литературе содержание этого понятия не является устоявшимся. В экономической теории фирма, наряду с домашним хозяйством, является субъектом рыночной экономики. Ее главная функция заключается в максимизации прибыли в соответствии с заданными производственными возможностями. Будучи обособленной поведенческой единицей, фирма представляет собой финансовую и управленческую структуру. В то же время предприятие — технологическая единица. Предприятия существуют во всех экономиках, в то время как деятельность фирмы ассоциируется с рыночными условиями. Фирма может выступать организационной формой предприятия. Этот термин часто используют для обозначения деятельности любой обособленной хозяйственной единицы. Последняя может включать в себя несколько однопрофильных предприятий или смешанных взаимодополняющих видов производств. Термин фирма употребляется как емкое понятие, объединяющее самые разные по характеру и роду деятельности коммерческие организации любой формы собственности, включая государственные, муниципальные и смешанные. Последние организуются по различным принципам и могут выступать в виде разных объединений.

На основе горизонтального комбинирования фирма объединяет предприятия, находящиеся на одной стадии производственного процесса, например, сеть магазинов в сфере розничной торговли. На основе вертикального комбинирования фирма объединяет предприятия, находящиеся на различных стадиях производственного процесса, например, крупные сталелитейные фирмы объединяют предприятия по добыче и переработке железной руды и выплавки стали. На этой основе образуются комбинаты. На базе диверсификации производства фирма включает предприятия многих отраслей, что позволяет создавать конгломераты. Фирма предполагает наличие собственника, а предприятие может находиться в арендной форме хозяйствования [Мацкуляк, 2005, с. 84–85].

Значение управления фирмой кардинально повышается, особенно в ходе современной перемены экономики, проявляющейся как «изменение содержания»,

«исчезновение прежних и возникновение обновленных» и «распространение новых экономических... условий осуществления проектирования, производства, распределения, обмена и потребления» в общественном производстве [Мацкуляк, 2020, с. 347; Мацкуляк Д., Мацкуляк И., 2016, с. 17–18]. В этом контексте действующую на рынке фирму следует рассматривать как агента перманентных изменений. Ее уникальная функция сводится к приспособлению структуры производства к динамике рыночных потребностей. Именно инновационная активность предпринимателей, являющаяся причиной возникновения и последующего сохранения фирмы, органически вписывается в современную теорию роста.

Цель публикации — изучение управления фирмой в условиях экономических перемен, связанных с внедрением в ее деятельность инноваций, их комбинаций, и учитывающих инициированное собственное видение предпринимателей. Она состоит также в привлечении внимания широких слоев управленческих кадров — органов государственной власти и хозяйствования, законодателей, ученых и работодателей к указанной проблеме и, наконец, в необходимости эффективного решения обозначенной проблемы в условиях интенсификации переменных явлений и процессов. В соответствии с целью сформулированы следующие задачи: раскрыть потенциал управления фирмой, направленный на решение внутрифирменных проблем и одновременно на преобразование всей рыночной системы; выявить дуальность рыночной закономерности его проявления в современной хозяйственной среде и предложить ряд направлений его совершенствования на базе синергии внедряемых в производство комбинированных прогрессивных тенденций.

Такая постановка методологически наиболее объективно способствует глубокому и всестороннему раскрытию исследуемого явления, объясняет принципиальное различие между разделением труда внутри фирмы (то есть единичным разделением труда) и общественным разделением труда. Она подтверждает, в частности, что управление фирмой призвано учитывать не просто ее внутренние проблемы, но и многообразные рыночные требования, предъявляемые со стороны предпринимательской среды. Примененная методология позволила раскрыть связь фирмы не только с рынком как таковым (сферой обмена), но и рыночной экономикой как единым целым. Обе структуры становятся двигателем экономического роста. Она дала возможность представить управление фирмой как внешнее продолжение и порождение функционирующего рынка, всей рыночной системы. Именно данный аспект

выступает ключевым в процессе экономического развития, обеспечиваемого и поддерживаемого фактором предпринимательства.

Объектом изучения выступает основное звено экономики в виде фирмы, организации, предприятия, объединения, компании, корпорации и т. п.; а предметом — социально-экономические отношения между рыночными субъектами-предпринимателями по поводу управления деятельностью фирм в условиях экономических перемен.

Об эволюции управления фирмой и качеств предпринимателя [On the evolution of firm management and the qualities of an entrepreneur]

Управление фирмой — процесс достижения конкретного результата, в ходе которого используются бизнес-планирование, организация, координирование, мотивация, контроль и анализ (расходование ресурсов для решения поставленных задач). При этом фирма, как указывал Р. Коуз, «есть система отношений, возникающих, когда направление ресурсов начинает зависеть от предпринимателя» [Теория фирмы, 1995, с. 19]. Менеджмент фирмы, выбрав определенный технологический процесс производства, может приобрести необходимые ей факторы производства на рынке. Но вследствие асимметричности экономической информации фирма вынуждена будет тратить время и деньги на поиск нужных изделий, оформление сделок, согласование стандартов и спецификаций на материалы, организацию доставки и др., то есть нести большие транзакционные расходы. Альтернативным вариантом является изготовление всех необходимых компонентов в самой фирме. В этом случае для организации собственного производства потребуются значительные инвестиции. Этот вариант, компенсирующий несовершенство сопровождающей бизнес технико-экономической информации, фирмы часто считают более предпочтительным. Но это вовсе не означает, что как только компания будет создана, ее «капитал оказывается оторванным от рынка капитала» [Ротбард, 2010, с. 377].

Некоторые авторы пытаются строить предпринимательскую теорию фирмы, не учитывая принципиального различия между разделением труда внутри фирмы и общественным разделением труда. «Однако, поскольку предпринимательство является феноменом, существующим как на рынке, так и в фирме, — пишет П. Биланд, — предпринимательским теориям фирмы часто не удастся четко провести различие между ними» [Bylund, 2011a, p. 193–94]. В этом случае утрачивается смысл первоначальной идентификации Р. Коуза, что существуют альтернативные методы координации

производства. Другими словами, границы предпринимательской фирмы остаются неопределенными, когда она рассматривается исключительно как факт предпринимательства. Остается неясным, что заставляет предпринимателя при определенных обстоятельствах создавать фирму, продолжать управлять ею, если она уже функционирует, отвечать за ее эффективность, включая необходимые изменения.

Акцент на специфической деятельности предпринимателя оставляет за пределами анализа конкретные внутрифирменные связи, включенные в рыночный процесс. В этом случае нет никакого смысла воспринимать фирму как иерархию. Мы не находим «никакого основания для власти» [Walsh & Brady, 2019, p. 367]. Предприниматель связывает воедино материально-вещественные и личные факторы производства, способствуя распространению инноваций, и управляя их внедрением. При этом он не может обойтись без определенного доверия, проявляемого к соответствующим структурным подразделениям фирмы, их менеджменту и специалистам. Такую распространенную практику подтверждают как отечественные [Сухих, 2018], так и зарубежные исследователи [Фукуяма, 2004]. Поэтому объектом внимания предпринимателя, безусловно, является структура производства, влияющая на производительность используемых факторов [Попов и др., 2020; Carey, 1838].

Под экономическим ростом понимается способность фирм удовлетворять разнообразные потребности людей в возрастающем масштабе. Следовательно, не менее важной заботой менеджеров становится содействие поддержке специализированной структуры производства конкурентными силами рынка. Таким образом, реально действующая фирма включена в весьма сложную сеть объективных причинно-следственных связей, обеспечивающих целостность рыночного процесса как системы, которая накладывает ограничения на деятельность фирмы. В свою очередь, фирма как самостоятельный субъект, определяет состояние рыночной системы [Bylund, 2019c].

Экономика не является простой экстраполяцией и продолжением существующих производственных процессов (методов производства) из настоящего в будущее. Никто не может точно предвидеть и обрисовать конечные результаты предполагаемых изменений. Существует большой риск утраты средств, которые будут вложены в намечаемые преобразования. Даже реализация самых очевидных, наиболее правдоподобных и потенциально прибыльных проектов не гарантирует новатора от неудачи и потери им инвестиций.

При этом, как известно, часть занятых высвобождается из процесса производства благодаря внедрению на фирме соответствующих новшеств. Для остающихся же работников важно ориентироваться в информации относительно перспективы дальнейшего функционирования фирмы. Без нее они не смогут настроиться на «деловую волну», а главное возродить собственное чувство справедливости и лояльности к коллективу [Vijayan, 2001, p. 6–7; Piturgo, 1999, p. 37–42].

В рыночной экономике узкоспециализированная производственная структура капитала фирм, как правило, нацелена на удовлетворение потребностей покупателей. Капитал фирм дифференцирован, крайне неоднороден, но при этом обладает вполне определенной натурально-вещественной структурой и четко выраженной организацией. На определенном этапе существующая структура капитала обеспечивает фирме повышение производительности, отвечает потребительским предпочтениям. Но рано или поздно появляется проблема поиска новых источников экономического роста и эффективности. Ранее прогрессивная структура производства перестает соответствовать реальным запросам потребителей. Особенно наглядно это проявляется в условиях экономических перемен. П. Биланд называет эту ситуацию «тупиком специализации»: производственная структура превращается, если не в тормоз развития, то становится основой инерции, которой подчинены как рыночные действия, так и субъекты [Bylund, 2019a]. Ее неизбежная корректировка связана с высокими затратами. В этом смысле специализированный рынок очень хрупок. Он подвержен непредсказуемым изменениям. Перестройка структуры капитала, приведение ее в соответствие с новыми объемами потребностей, их структурой и качеством, требует времени. Речь идет не только о новых продуктах или способах их производства, но и о новых формах организации. Изменения рыночной конъюнктуры, реакция на нее и внедрение инноваций входят в сферу компетенций управления. Этот трудоемкий и дорогостоящий процесс осуществляется предпринимателями.

Фирму от совместных действий, предпринимаемых другими субъектами рынка, отличает, прежде всего, представленная предпринимателем скоординированная структура производства. Последний добивается соответствующих перемен, будучи глубоко заинтересованным в более эффективном ее функционировании, в достижении более высоких результатов, чем у конкурентов. Новая специализированная структура поддерживается рыночным спросом, а ее существование определяется силами

конкуренции. Поэтому перед предпринимателем в условиях перемен встает каждый раз проблема постоянного поиска более глубокой специализации существующей структуры производства. Последняя на начальной стадии носит, как правило, идеально воображаемый предпринимателем характер. Он добивается ее реального воплощения на свой страх и риск. Реализованная же во внутрифирменном разделении труда, она повышает эффективность производства [Шинкаренко и др. 2020]. Одновременно она порождает принципиально новые потребности, вызывая необходимые изменения, обеспечивающие их удовлетворение. Успешно действующая фирма не только вытесняет других участников рынка. Ее лидерство в конечном счете обеспечивает повышение производительности и эффективности рынка как системы.

Фирма становится не только средством получения предпринимательской прибыли, но и выполняет рыночную функцию новаторского ориентира для конкурирующих предпринимателей с точки зрения ее новой структуры производства. Последнее обстоятельство оказывает обратное влияние на рынок, заставляя других предпринимателей добиваться лучшей комбинации факторов и их организации. Факты свидетельствуют о том, что в большинстве случаев «шумпетеровский» предприниматель руководит процессом внедрения радикальной инновации на первом этапе. Децентрализованная инициатива дальнейшего продвижения и распространения новаторского опыта также возлагается на предпринимателей.

Поскольку участники рынка следуют за лидером успешного предпринимательства, интенсивность специализации на смежных рынках увеличивается. Фирма, открывая новые перспективы конкуренции, «подталкивает» рынок к более широкому разделению труда. Рынок «становится более эффективным за счет использования больших масштабов разделения» [Bylund, 2011a, p. 206].

Действительно, чтобы получить прибыль другие фирмы вынуждены воспроизводить успешно функционирующие структуры. Для любого предпринимателя становится необходимостью постоянно вводить новшества и улучшать внутреннюю производственную структуру компании. Производимые предпринимателем перемены в экономике в одном случае способствуют утрате самостоятельности фирмы в том, что раньше представляло для нее определенную ценность. В другом случае, напротив, она приобретает ценность и самостоятельность в том, что ранее не было таковым. Это приводит к дальнейшему углублению разделения труда, его расчленение на многочисленные самостоятельные, изолированные и обособленные операции

существующей специализации. «Но как только различные операции процесса труда обособились друг от друга, — подчеркивает К. Маркс, — с этого момента возникает необходимость изменений в орудиях, служивших ранее различным целям» [Маркс, Энгельс, 1960, с. 353]. Однако новой специализации еще нет в наличии. Она отсутствует. Существующая специализация, продолжая выполнять свои задачи, тем не менее, посредством созидательного разрушения, должна быть заменена новой.

Для таких бизнес-перемен требуются стимулы. Возможности перехода на новый уровень специализации создает предприниматель. Решение может быть найдено, если мы посмотрим на картину более широко. Специализированные производственные процессы могут координироваться на рынке, даже если отдельные задачи несовместимы с рыночной структурой, если они интегрированы [Bylund, 2011b]. Тот, кто представляет себе новую структуру производства и в состоянии координировать его перестройку, а именно предприниматель совместно со всеми заинтересованными лицами прорабатывает детали ожидаемой специализации и эффективной координации последующих действий. Он создает, объединяет пока еще несуществующие компетенции в предполагаемой производственной структуре.

Фирма предоставляет предпринимателю необходимые средства для дальнейшего использования огромных возможностей рынка по перестройке структуры. Внедрение инноваций, организация производства и изменение ее формы, а также распространение новых продуктов или услуг сравнительно редко могут быть реализованы исключительно за счет собственных ресурсов новаторов. Для реализации нововведения на всех его этапах необходимо создание адекватного информационного сопровождения. Последнее обстоятельство связано с привлечением необходимого финансирования со стороны инвесторов. Инновация в конечном счете должна превратиться в товар, ценность которого со временем не уменьшается.

Постепенно возле новаторов с небольшим опозданием появляются другие предприниматели, пытающиеся имитировать успешные производственные процессы. Они начинают совершенствовать изобретения, вносить в них качественные изменения и участвовать в процессе их распространения. Тем самым эти организации увеличивают объем производства и в конечном итоге создают рынок труда для тех, кто специализируется в фирме.

Таким образом, ограничения предшествующей структуры рынка устраняются. Они заменяются более успешными и более длительными (прибыльными)

производственными процессами. Последние приводят к определенному экономическому прорыву, рывку, а значит позволяют заметно «повысить производительность труда» [Мацкуляк и др., 2019, с. 77]. Это обстоятельство необязательно становится единственным инструментом в конкурентной борьбе. Тем не менее, оно служит фирме серьезным подспорьем. В этом контексте фирма, по словам П. Биланда, становится катализатором специализации и прогрессивным инструментом для предпринимателя в создании новых форм производства, полностью изменяющих рынок [Гимпельсон, Капелюшников, 2013; Bylund, 2011b].

Тем самым лидирующая фирма получает поддержку со стороны других компаний, действующих на рынке. Теперь она может приобретать у них требуемые ей специализированные товары и конкретные услуги, используя механизм рыночных цен. Количество собственных используемых факторов, которые первоначально обеспечивали фирме лидерство, может быть сведено к минимуму. Это позволяет инновационной фирме «высвободить ресурсы для реализации новых воображаемых возможностей» [Bylund, 2011a, p. 207]. Предприниматель, находящийся на острие научно-технического прогресса, может обеспечить фирме гигантскую монополистическую ренту.

Действующую на рынке фирму, являющуюся в то же самое время внерыночным феноменом, следует, вероятно, рассматривать как агента перманентных изменений. Ее уникальная «функция сводится к приспособлению структуры производства к динамике рыночных потребностей» [Mateusz, 2018, p. 430–431] через управление фирмой, о котором сказано в самом начале работы.

Основные направления управления фирмой [The main directions of the company's management]

Конкретизация функциональных компонент управления фирмой в условиях предпринимательских перемен включает несколько направлений. Именно их практическая реализация, наряду с изложенным выше, позволяет предпринимателю, благодаря его собственным управленческим функциям, превратить потенциальные возможности фирмы в хозяйственную реальность.

Во-первых, бизнес-планирование на основе формирования управленческой цели в эпоху экономических перемен, выбора путей и методов достижения, вытекающих из соответствующих целевых задач. Бизнес-планирование в наше время, как показывает опыт фирм развитых стран и лучших отечественных структур, приобрело в рыночных

условиях весьма большое значение [Мацкуляк, 2020]. Предпринимательство, используя не все резервы, все же развивается. Многие из начинающих предпринимателей никогда ранее не руководили какими-либо коммерческими предприятиями и поэтому крайне слабо представляют себе весь круг ожидающих их проблем, особенно на этапе хозяйственных преобразований. К тому же меняющаяся экономическая среда ставит и опытных руководителей предприятия перед необходимостью адаптации к новым требованиям конкурентной деятельности товаропроизводителей. Наконец, важны новые подходы в отношениях с зарубежными партнерами, прежде всего, с инвесторами. Им необходимо обосновать свои шаги по использованию инвестируемых средств. Причем делать это нужно на уровне профессионалов-бизнесменов других стран.

Бизнес-планирование, прежде всего, предполагает обобщенную информацию, так называемое резюме. Его главная роль состоит в привлечении внимания участников управленческого процесса, включая инвесторов и кредиторов, в том числе и потенциальных. Считается, что резюме создает первое впечатление, от которого, как правило, зависит судьба проекта. В данной части бизнес-плана раскрывается суть и задачи фирмы. Для ее составления используется информация из всех последующих разделов. То есть для оформления резюме предстоит сначала составить весь бизнес-план, а только потом переходить к его краткому обобщенному изложению. Обычно в резюме представлены: сжатое описание бизнес-проекта; его основные цели и задачи; необходимые ресурсы; способы реализации; предстоящие результаты, учитывающие насколько создаваемый товар или услуга являются новыми и актуальными для потребителя; объемы требуемого финансирования, включая заемные; информация о возврате заемных средств кредиторам или инвесторам; сведения об основных показателях эффективности. При этом очень важно, чтобы резюме было кратким, простым и понятным.

С управленческих позиций особая роль в бизнес-планировании отводится постановке цели функционирования фирмы, которой отводится специальный раздел. В нем определяется четкая и ясная цель, характеризуется деятельность, выпускаемые товары или услуги. Полезно также уделить внимание технологическим процессам, которые уже применяются или предстоит внедрять фирмой. Здесь важно выделить те преимущества, которые фирма предоставит потребителю, производя уникальные или особенные товары и услуги, применяя для этого совершенно новые технологии, модернизированное

производство и высококачественные товары. Ценно также наличие у фирмы авторских прав, всевозможных патентов. Все изложенное в данной части бизнес-плана призвано вселить уверенность в том, что конкурентоспособность фирмы на рынке вполне достаточна.

Другие основные разделы бизнес-плана схематично можно представить в следующей совокупности. Один из них характеризует производимый товар. Второй и третий — стратегию производства и маркетинга. Четвертый — анализ состояния выбранной отрасли и оценку жизнеспособности проекта фирмы в ней. Пятый — организационные мероприятия. Шестой — юридические основания. Седьмой — антикризисные, антирисковые меры. Восьмой — финансовые расчеты. Могут быть и иные разделы в зависимости от особенностей фирм, их отраслевой, территориальной принадлежности, национальных традиций и пр.

В отмеченном смысле важно разобраться в кадровом обеспечении фирмы, как управленческим персоналом, так и работниками массовых профессий. На это ориентирует Международная организация труда, призывающая предпринимателей, их фирмы, всю рыночную систему распространять «неформальную экономику», информационно-технологические, гибкие, виртуальные, краткосрочные и переходные формы занятости [ILO, 2015, р. 5–6; Одегов Ю.Г. и др., 2016, с. 156]. Как показывает мировая практика противостояния коронавирусу, его последствиям требует, чтобы работники становились более мобильными как в территориальном, так и компетентно-функциональном отношении.

Во-вторых, организацию деятельности фирмы в виде создания оптимальной структуры управления, направленной на достижение цели данного института. Данный компонент не является порождением последнего времени. Он сформировался в ходе хозяйственно-предпринимательской эволюции. Величайший прогресс в развитии производительной силы труда «явился следствием разделения труда» [Смит, 2009, с. 69]. Разделение труда и его последующую специализацию, на взгляд авторов, можно и нужно воспринимать, кроме прочего, как уникальные управленческие перемены, превращающие производство в особое состояние, специфичную структуру, в которых заложен огромный созидательный потенциал.

Рассмотрим вопросы: каким образом реализуется заложенный в этой структуре потенциал? Как происходит его высвобождение? Откуда проистекает возможная выгода? А. Смит приводит пример организации производства, которое подразделяется на ряд

сфер деятельности, каждая из которых в свою очередь становится отдельным специальным занятием, выполняемым одним рабочим. Это позволяет производить в день в расчете на одного рабочего намного больше продукции. За счет чего же произошло высвобождение энергии рабочего? Благодаря какому источнику удалось повысить производительную силу труда рабочего? Исчерпаем ли этот источник? Все дело в управленческой организации производства, основанной на надлежащем разделении и последующем сочетании различных операций. «...Разделение труда в любом ремесле, в каких бы размерах оно не было введено вызывает соответствующее увеличение производительности труда» [Смит, 2009, с. 70].

В данном контексте под организацией производства понимается радикальное изменение его внутренней структуры. Исключительно благодаря произошедшей трансформации, из «пустоты» проистекает увеличение производительной силы рабочего. Конечно, для создания условий, при которых становится возможным углубление разделение труда и его специализация, необходимы определенные издержки, включающие и управленческие решения. Последние связаны, прежде всего, с применением и накоплением капитала. Представляется, однако, что сам по себе капитал непосредственно не обладает подобной способностью. Но его применение благодаря управленческим мерам там, где достигается разделение и сочетание разнородных операций, безусловно, приводит к соответствующему увеличению производительности труда. Сбережение рабочего времени проистекает благодаря управленческому изменению структуры производства, которая сначала фиксируется, а затем и удерживается, опять-таки, управленческими приемами использования разных элементов функционирующего капитала. Именно структурные преобразования становятся источником дополнительных ресурсов.

Подчеркивая важность разделения труда, Р. Коуз обращает внимание на два его типа. На «поведение человека внутри отдельного производства» могут влиять нравственные критерии. Это зависит от информированности работников. В то же время сотрудничество огромного количества людей в странах по всему миру, о жизни которых нет достаточной информации, невозможно без торговли или обмена, то есть «использования рынка» [Коуз, 2015, с. 93–95].

К. Маркс также опирается на разделение труда, выделяя мануфактурное и общественное разделение труда. С нашей точки зрения, их различие состоит, кроме прочего, в управленческих аспектах. Разделение труда внутри мануфактуры благодаря управлению становится одновременно определенным видом его

кооперации. Их единство в конечной форме выступает как «производственный механизм, органами которого являются люди» [Маркс & Энгельс, 1960, с. 351]. Внутри мануфактуры частичный рабочий непосредственно дает занятие другим. Он не производит товара. Напротив, разделение труда внутри общества опосредствуется куплей продажей продуктов. Взаимодействие двух видов разделения труда, находящее свое отражение в колебании рыночных цен, постоянно нарушающих равновесие, приводит к непрекращающейся управленческой дифференциации орудий труда и отраслей производства.

В отличие от А. Смита, К. Маркс, характеризуя саму природу совместного труда в форме кооперации и мануфактуры, указывает на необходимость поддержания согласованности между индивидуальными работами. Эту функцию он возлагает на управляющих, как особую категорию работников. При этом правило разделения труда внутри мастерской, подчеркивает К. Маркс, «действует а priori и планомерно» [Маркс & Энгельс, 1960, с. 368]. Представляется, что объективной основой такого сознательного внутри производственного контроля становятся тесные, непосредственные связи работников друг с другом. Именно их многообразие и различие генерируют необходимую информацию, позволяющую как рядовым работникам, так и управленческому персоналу внести в производство определенный порядок.

Продолженные в этом направлении исследования рассматривали внутрифирменную организацию как «островки сознательной власти», альтернативный обмен способ координации производства. Внутри фирмы каждому работнику хорошо известно, что он должен знать для выполнения порученного ему задания. Помимо этого, он отвечает за некое подмножество общих требуемых знаний. Другие могут при необходимости обратиться к нему за консультацией. Асимметричная информация, подчеркивает Дж. Мокир, не является проблемой для фирмы. Наличие такой информации желательно и его следует рассматривать как важнейший способ управления компанией. «Специализация знаний не только не усугубляет проблему асимметрии информации, но напротив, требует ее» [Мокир, 2002, с. 186].

Возникла необходимость раскрыть природу связи внутрифирменных отношений с сетью относительных рыночных цен. На первый план выдвинулась координирующая функция предпринимателя не только в пределах производственной единицы, но и за ее внешними границами [Теория фирмы, 1995].

В-третьих, регулирование через обеспечение согласованности действий всех управленческих звеньев, сохранение устойчивого режима работы.

Оно вызвано в первую очередь непредвиденными ситуациями, связанными с изменениями рыночной конъюнктуры, и отклонениями от первоначально выбранной стратегии. Принимаемые меры направляются в таком случае на (корректировку стратегии) ликвидацию отклонений от заданного режима функционирования и приведение объекта управления, то есть фирмы, в требуемое состояние.

Регулирование фирмой двойственно: с одной стороны, оно осуществляется сознательно — со стороны государства, субъекта федерации, структур гражданского общества и собственно ее руководства; с другой — «невидимой рукой» рынка. В обоих случаях на всех управленческих уровнях требуются корректирующие действия и реализация принятых социально-экономических, технических и организационно-технологических решений, которые обеспечивают своевременное и безусловное устранение выявленных отклонений — реализации недостающих мер. При этом обновляются бизнес-плановые задания, нормативы, стандарты, направленные на достижение предполагаемо эффективных целей фирмы.

Назначение регулирования можно свести к следующим моментам: фиксирование результата управленческой деятельности фирмы и ее оценка; то же относительно конкретных исполнителей и их оценка; оценка реализованных мероприятий и, наконец, разработка рекомендаций или предложений по совершенствованию процесса регулирования функционирования фирмы, повышения эффективности ее деятельности, а также соответствующих подразделений и исполнителей.

Современная предпринимательская практика в зависимости от сути проблемы, требующей регулирования, и способа реализации различает его реактивные и упреждающие виды. В первом случае применяются меры требующие достижения стандартов. Его воздействие направлено на сглаживание отклонений от последних. Во втором — проблема воспринимается как потенциальная возможность. Тогда усилия направляются на улучшение функционирования фирмы или получение максимальной выгоды из всех доступных возможных вариантов.

Оперативное регулирования предполагает ряд этапов: информационную подготовку для принятия решения; разработку и собственно принятие решений (когда учитываются альтернативные варианты, сроки реализации, выбор исполнителей, обобщение дополнительной информации, наличие ресурсов); осуществление решения как внутри, так и вне фирмы. В производственном процессе такой подход призван опираться на четкую организацию бизнес-планирования производства, непосредственным

этапом которого оно является [Мацкуляк, 2020]; осуществлять постоянный мониторинг хода производственного процесса; обязательно добиваться быстрого и четкого выполнения распоряжений управленческого персонала; опираться на высокую ответственность и преемственность оперативного руководства производством.

В-четвертых, мотивацию как совокупность методов, стимулирующих управленческий и рабочий персонал к максимально эффективной деятельности. Ее обеспечение на высоком уровне в фирме и рыночной среде является одной из наиважнейших экономических проблем. Дело в том, что мотивы — это «стремление людей получить», что-либо, а стимулы — как раз означают это «что-либо» в виде материальных, духовных и «иных благ» [Мацкуляк, 2020, с. 46]. Именно такого рода мотивация выступает побудительной причиной действий и поступков человека; его готовности проявлять усилия для достижения целей фирмы во имя удовлетворения своих личных индивидуальных потребностей. Речь идет о совокупности внутренних и внешних воздействий, которые побуждают работников фирмы к деятельности, задают ей границы и формы, а также придают последней направленность, ориентированную на достижение конкретных целей.

В процессе стимулирования занятых в фирме работников реализуется несколько функций, а именно:

- экономическая, так как эффективное стимулирование работающих людей способствует повышению их общей производительности труда, то есть решению экономических задач;
- управленческая, проявляющаяся в уникальности фирмы выступать и совершенствующимся самостоятельным субъектом, и приводить в соответствие конкретное фирменное производство и рыночную систему в целом, определяя тем самым ее фактическое состояние;
- социальная, поскольку, получая доходы, работающие люди обеспечивают себе определенный комплекс экономических и социальных благ, занимают определенное место в социальной структуре своего коллектива и общества в целом;
- социально-психологическая, так как стимулы влияют на формирование внутреннего мира человека — его потребностей и ценностей, ориентации и установок, мотивов поведения и отношения к труду;
- нравственно-воспитательная — через формирование морально-нравственных качеств личности работающего человека.

Следовательно, мотивирующее стимулирование комплексно воздействует на поведение занятых в фирме как управленческих, так и рядовых работников.

Оно тем реже применяется в виде средств управления людьми, чем выше уровень развития производственно-хозяйственных отношений. Это связано с тем, что в результате воспитания и обучения как одного из методов мотивации людей, работающая их часть проявляет заинтересованное участие своего коллектива в соответствующем процессе, не дожидаясь или вообще не получая соответствующего стимулирующего воздействия.

В-пятых, контроль, системно проявляющийся в координации функций работников, выполняющих конкретные действия высокого качества и компетенций.

Контроль координации функций работников фирмы, его измерение и эффективность в конечном счете характеризуется спецификой функционирования рыночной системы. Последняя, поскольку ситуация на рынке постоянно меняется, непрерывно генерирует информацию. С одной стороны, государственное правовое обеспечение деятельности фирмы, развития предпринимательства как такового, новшества социально-экономической политики власти меняют условия их функционирования, устанавливают для этого новые нормативы, с другой, ценовые сигналы, воспринятые адекватно и непредвзято, служат ориентиром для менеджмента компании. Они постоянно несут информацию о повседневных обменах на рынках, а потому о возможных прибылях и убытках фирмы. Это может свидетельствовать о расхождении прогнозов потребительского спроса и ожиданий в предпочтениях потребителей. Поскольку инновационная фирма преследует свои цели в условиях неопределенности, в которой ценность концептуально субъективна, на практике ее продвижение вперед представляет собой последовательность проб и ошибок. Этот способ рыночных изменений, по-видимому, является наилучшим для фирмы. Получаемая менеджментом информация несет новые сведения. Осознание важности, значения и скрытых в них возможностей, вероятно, должно служить основой, являться критерием принятия решений по коррекции внутрифирменной координации функций и компетенций работников. Причем до такой степени, что «может вывести обозначенную коррекцию в пределах фирмы и других институтов на уровень характеризующий социальные отношения в целом» [О'Хара, 2009, с. 56]. Контроль за предпринимательской деятельностью, таким образом, по своей природе является динамическим и осуществляется самой рыночной системой как единым целым. Она позволяет участникам искать то, что представляет для них ценность, с учетом предпочтений и ресурсов других субъектов. Накладываемые ее правилами ограничения открывают возможности

и «создают индивидам стимулы к поиску новых способов производства» [Философия экономики, 2012, с. 374].

В-шестых, анализ, предполагающий познание сути рыночно-предпринимательских явлений и процессов управления фирмой, основанное на разделении (расчленении) их на части и изучении всего многообразия связей и зависимостей. Реально действующая фирма включена в сложную сеть разделения труда и обмена, обеспечивающих целостность рыночного процесса как системы, которая накладывает ограничения на деятельность фирмы.

На сегодняшнем уровне понимания реальности и «разделение труда и обусловленные им отношения обмена считаются фундаментальными категориями» [Мизес, 2008, с. 149, 184]. Однако природа этих понятий до сих пор во многом остается неясной. Предполагается, что эта структура появилась естественным путем, то есть «не была результатом чьей-либо мудрости, предвидевшей и осознавшей ее последствия» [Смит, 2009, с. 76–77]. С таким выводом А. Смита был, вероятно, согласен и К. Маркс [Маркс, Энгельс, 1960, с. 116]. Никто специально не ставил себе цель создать обмен и разделение труда, заранее предвидя их влияние на хозяйственную жизнь. Подобные установления, по словам шотландского философа А. Фергюсона, «представляют собой несомненное человеческое деяние, но не являются следствием чьего-либо замысла» [Аммуз, 2019, с. 214].

Функционирование капитала заключается в том, что он в течение определенного периода времени фиксирует и удерживает существующую структуру производства как внутри фирмы, так и в обществе в целом. Вместе с тем предпринимательская активность изменяет натурально-вещественное строение капитала, обеспечивая прогресс в экономии рабочего времени. С этой точки зрения, избранный подход позволяет проводить более глубокие проверки причинно-следственных связей, в которые включена фирма. Последние находятся за пределами видимости, а значит являются намного более сложными для изучения. Прежде всего это связано с предпринимательской деятельностью, которая играет ключевую роль в изменении длины (растягивании или сокращении) структуры капитальных благ. Информационным ограничением для любой предпринимательской активности являются реальные рыночные цены. Они, с одной стороны, определяются производителями, которые претендуют на ресурсы для изготовления товаров и услуг. Ожидаемый уровень цен должен обеспечить им получение прибыли. С другой стороны, цены зависят от поведения потребителей, их запросов и предпочтений. Ключевым моментом

здесь является то, что эти цены неизвестны. Это будущие цены и информация, заключенная в них, недоступна предпринимателям. Последние вынуждены принимать решения в условиях отсутствия релевантной информации.

Представляется, что этим как раз и обеспечивается творческое воображение и свобода выбора предпринимателя. Реальная проблема, с которой сталкивается новатор, — создание новых средств производства, новых специализаций и компетенций. Рыночное производство является косвенным. Оно не предпринимается для удовлетворения собственных потребностей. Обновленная структура производства должна отвечать требованиям реальных запросов и желаний потребителя. Ход рассуждений предпринимателя основывается исключительно на информации об ожидаемых предпочтениях потребителей.

В интерпретации П. Биланда он выглядит следующим образом. В воображении новатора невиданные ранее потребителями товары и услуги никогда не будут высоко оценены. Это означает, что ресурсы, с помощью которых они будут произведены, сейчас торгуются по ценам, которые гораздо ниже ожидаемых. Приобретая необходимые факторы производства по рыночным ценам и продавая затем произведенные с их помощью изделия с ранее неизвестными потребительскими свойствами, предприниматель намеревается в будущем получить прибыль [Bylund, 2019b]. Но никаких «гарантий» этого в принципе не существует [Хайек, 2011, с. 388].

Заключение [Conclusion]

Управление фирмой в условиях перемен является важнейшим способом поддержания высоких темпов экономического роста. Ключевым звеном

ее инновационной активности является предпринимательская инициатива. Она связывает воедино материально-вещественные и личные факторы производства, способствует распространению инноваций, управляет их внедрением. Именно поэтому объектом внимания предпринимателя является структура производства, влияющая на эффективность используемых фирмой факторов.

На первый план выдвигается забота менеджеров о поддержании специализированной структуры производства конкурентными силами рынка. Реально действующая фирма, тем самым, включается в весьма сложную сеть объективных причинно-следственных связей, обеспечивающих целостность рыночного процесса как системы, ограничивающей ее функционирование. Это информационные ограничения, которые находятся за пределами видимости предпринимателя. Ему неизвестны будущие цены на инновационные товары (услуги). Информация, заключенная в них, недоступна предпринимателю. Этим как раз обеспечивается свобода его выбора и творческое воображение.

В этом контексте управление фирмой становится креативным осуществлением предпринимательского идеала, конечной и завершающей причиной самой себя. Оно воплощается в реальность в виде организованного проекта, побуждаемого воображаемой волной будущего.

Список литературы

- Аммус С. (2019). Краткая история денег, или все, что нужно знать о биткоине. М.: Манн, Иванов и Фербер. 272 с.
- Гимпельсон В.Е., Капелюшников Р.И. (2013). Жить в тени или умереть на свету? // Вопросы экономики. № 11. С. 65–87. <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2013-11-65-88>.
- Коуз Р. (2015). Очерки об экономической науке и экономистах. М.: СПб., Изд-во Института Гайдара; Изд-во «Международные отношения»; Факультет свободных искусств и наук СПбГУ. 288 с.
- Маркс К., Энгельс Ф. (1960). Капитал. Т. 1. Соч. 2-изд. Т. 23. 908 с.

References

- Ammus S. (2019), *The bitcoin standard: the decentralized alternative to central banking*, Mann, Ivanov i Ferber, Moscow, Russia. 272 p. (In Russian).
- Bylund P. (2011a), “The division of labor and the firm: An Austrian attempt at explaining the firm in the market”, *The Quarterly Journal of Austrian Economics*, vol. 14, no. 2, pp. 188–215.
- Bylund P. (2011b). *The firm and the division of labor*. Available at: <https://mises.org/profil/bylund> (accessed 08.01.2021).
- Bylund P. (2019a). *The division of labor is at the very core of economic growth*. Available at: <https://mises.org/profil/bylund> (accessed 08.01.2021).

- Мацкуляк Д.И., Мацкуляк И.Д. (2016). Перемена политико-экономических отношений и безопасность / Государственный университет управления. М.: Издательский дом ГУУ. 335 с.
- Мацкуляк И.Д., Сапожникова Н.Т., Харчилава Г.П. (2019). Прорывная экономика: к теории управления изменениями экономических систем // *Управленец*. Т. 10, № 4. С. 74–83. <https://doi.org/10.29141/2218-5003-2019-10-4-7>.
- Мацкуляк И.Д. (2020). Политико-экономическая природа рыночных отношений: монография. М.: КНОРУС. 442 с.
- Мацкуляк И.Д. (2005). Экономика: научные очерки. Изд. 2-е, доп. и перераб. М.: Изд-во РАГС. 504 с.
- Мизес Л. фон. (2008). Человеческая деятельность: трактат по экономической теории. Челябинск: Социум. 878 с.
- Мокир Дж. (2012). Дары Афины. Исторические истоки экономики знаний. М.: Изд-во Института Гайдара. 498 с.
- О'Хара Ф. (2009). Современные принципы неортодоксальной политической экономики // *Вопросы экономики*. № 12. С. 38–57. <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2009-12-38-57>.
- Попов Е.В., Стриелковски В., Власов М.В. (2020). Цифровизация интеллектуальной деятельности российских регионов // *Управленец*. Т. 11, № 1. С. 24–32. <https://doi.org/10.29141/2218-5003-2020-11-1-3>.
- Одегов Ю.Г. [и др.]. (2016). Рекрутинг как система: содержание и основные технологии работы // *Международный журнал экспериментального образования*. № 10–1. С. 156.
- Ротбард М. (2010). Власть и рынок: государство и экономика. Челябинск: Социум. 416 с.
- Смит А. (2009). Исследование о природе и причинах богатства народов. М.: Эксмо. 956 с.
- Сухих В.В. (2018). К. Маркс о доверии в капиталистической экономике // *Журнал экономической теории*. Т. 15, № 4. С. 659–662. <https://doi.org/10.31063/2073-6517/2018.15-4.12>.
- Теория фирмы. (1995). СПб.: Экономическая школа. Составитель Гальперина В.М. 534 с.
- Философия экономики. Антология (2012). М.: Изд. Института Гайдара. 520 с.
- Фукуяма Ф. (2004). Доверие. Социальные добродетели и путь к процветанию. М.: АСТ; ЕРМАК. 730 с.
- Хайек Ф. А. (2011). Индивидуализм и экономический порядок; пер. с англ. О. А. Дмитриевой под ред. Р. И. Капелюшникова. Челябинск: Социум, 2011. 394 с.
- Шинкаренко Т.В., Смирнов Р.Г., Белошицкий А.В. (2020). Исследование эффективности организационной структуры компании на основе анализа внутренних коммуникаций // *Управленец*. Т. 11, № 2. С. 27–40. <https://doi.org/10.29141/2218-5003-2020-11-2-3>.
- Bylund P. (2011a). The division of labor and the firm: an Austrian attempt at explaining the firm in the market // *The Quarterly Journal of Austrian Economics*. V. 14. No. 2. Pp.188–215.
- Bylund P. (2011b). The firm and the division of labor. Режим доступа: <https://mises.org/library/firm-and-division-labor> (дата обращения 08.01.2021).
- Bylund P. (2019a). The division of labor is at the very core of economic growth. Режим доступа: <https://mises.org/wire/division-labor-very-core-economic-growth> (дата обращения 08.01.2021).
- Bylund P. (2019b). *What most critics of "markets" get wrong about entrepreneurs*. Available at: <https://mises.org/profil/bylund> (accessed 08.01.2021).
- Bylund P. (2019c). *What we know and what we don't know about the firm*. Available at: <https://mises.org/profil/bylund> (accessed 08.01.2021).
- Carey H. Ch. (1837). *The credit system in France, Great Britain and the United States*, Philadelphia, USA.
- Coase R. (2015). *Essays on economics and economists*, Institut Gaidara, Moscow, Mezhdunarodnye otnosheniya, Fakul'tet svobodnykh iskusstv i nauk SPbGU, St. Petersburg, Russia. (In Russian).
- Fukuyama F. (2004). Confidence. Social virtues and the path to prosperity, AST, ERMAK, Moscow, Russia. (In Russian).
- Gimpel'son V.E. and Kapelyushnikov R.I. (2013), "To live in the shade or die in the light?", *Voprosy Ekonomiki*, no.11, pp. 65–87. (In Russian). <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2013-11-65-88>.
- Ryder. G. (2015), "The future of work centenary initiative", *Report of Director General. International Labour Conference*, 104th session, International Labour Office, Geneva, pp. 5–6.
- Hayek F. (2011), *Individualism and economic order*, Socium, Chelyabinsk, Russia. (In Russian).
- Marx K. and Engels F. (1960), *Capital, vol. 1, Collected works*, vol. 23, USSR. (In Russian).
- Machaj M. (2018), "The problem of production: A new theory of the firm. Book review", *The Quarterly Journal of Austrian Economics*, vol. 21, no. 4, pp. 427–435.
- Matskulyak I.D., Sapozhnikova N.T. and Harchilava G.P. (2019), "Breakthrough economics: towards the theory of economic systems change management", *Upravlenets (The Manager)*, vol. 10, no. 4, pp. 74–83. <https://doi.org/10.29141/2218-5003-2019-10-4-7>. (In Russian).
- Matskulyak D.I. and Matskulyak I.D. (2016), *Change of political and economic relations and security*, GUU Publ. House, Moscow, Russia. (In Russian).
- Matskulyak I.D. (2020), *The political and economic nature of market relations: monograph*, Knorus, Moscow, Russia. (In Russian).
- Matskulyak I.D. (2005), *Economics: scientific essays*, 2nd edition, RAGS, Moscow, Russia. (In Russian).
- Mises L. von. (2008), *Human action*, Socium, Chelyabinsk, Russia. (In Russian).
- Mokyr J. (2012), *The gifts of Athena. Historical origins of the knowledge economy*, Izd-vo Instituta Gaidara, Moscow, Russia. (In Russian).
- Odegov Yu.G. [et al]. (2016), "Recruiting as a system: content and basic technologies of work", *International Journal of Experimental Education*, no. 10-1, p. 156. (In Russian).
- O'Hara F. (2009), "Modern principles of unorthodox political economy", *Voprosy Ekonomiki*, no. 12, pp. 38–57. (In Russian).
- Popov E.V., Strielkovski V. and Vlasov M.V. (2020), "Digitalization of intellectual activity of Russian regions", *Upravlenets (The Manager)*, vol. 11, no. 1, pp. 24–32. <https://doi.org/10.29141/2218-5003-2020-11-1-3>. (In Russian).
- Pituro M. (1999), "Alternatives to downsizing", *The Management Review*, Oktober, pp. 37–42.
- Rotbard M. (2010), *Power and market: government and economy*, Socium, Chelyabinsk, Russia. (In Russian).

Bylund P. (2019b). What most critics of “markets” get wrong about entrepreneurs. Режим доступа: <https://mises.org/wire/what-most-critics-markets-get-wrong-about-entrepreneurs> (дата обращения 08.01.2021).

Bylund P. (2019c). What we know and what we don’t know about the firm. Режим доступа: <https://mises.org/library/what-we-know-and-what-we-dont-know-about-firm> (дата обращения 08.01.2021).

Carey H.Ch. (1837). The credit system in France, Great Britain and the United States. Philadelphia. 182 p.

Guy Ryder. (2015). The future of work centenary initiative // Report of Director General. International Labour Conference. 104th Session. Pp. 5–6.

Vijayan J. (2001). Downsizing leave firms vulnerable to digital attacks // *Computerworld*, 25, pp. 6–7.

Pituro M. (1999). Alternatives to downsizing // *The Management Review*. Oktober. Pp. 37–42.

Machaj M. (2018). The problem of production: A new theory of the firm. Book review // *Quarterly Journal of Austrian Economics*. V. 21, No. 4. Pp. 427–435.

Walsh A., Brady M. (2019). Intra-firm coordination through rule-following and the emergence of hierarchy // *The Quarterly Journal of Austrian Economics*. V. 22. No. 3. Pp. 357–382.

Shinkarenko T.V., Smirnov R.G. and Beloshitskii A.V. (2020), “Research on the effectiveness of the company’s organizational structure on the basis of internal communications analysis”, *Upravlenets (The Manager)*, vol. 11, no. 2, pp. 27–40. <https://doi.org/10.29141/2218-5003-2020-11-2-3>. (In Russian).

Smith A. (2007), *Inquiry into the nature and causes of the wealth of nations*, Eksmo, Moscow, Russia. (In Russian).

Sukhikh V.V. (2018), “K. Marx on trust in a capitalist economy”, *Journal of Economic Theory*, no. 4, pp. 659–662. <https://doi.org/10.31063/2073-6517/2018.15-4.12> (In Russian).

Theory of the company (1995), compiled by Galperin V.M. Ekonomicheskaya shkola, St. Petersburg, Russia. (In Russian).

The philosophy of economics. Anthology (2012), Iedited by Hausman D., Izd-vo Instituta Gaidara, Moscow, Russia. (In Russian).

Vijayan J. (2001), “Downsizing leave firms vulnerable to digital attacks”, *Computerworld*, 25, pp. 6–7.

Walsh A. and Brady M. (2019), “Intra-firm coordination through rule-following and the emergence of hierarchy”, *The Quarterly Journal of Austrian Economics*, vol. 22, no. 3, pp. 357–382.