

**Мильнер Б. З. Теория организации: Учебник.
7-е изд., перераб. и доп.
М.: ИНФРА-М, 2008. — 864 с.**

В новом издании учебника видного специалиста в области организационной экономики Б. З. Мильнера рассматривается теория организации в широком контексте, показана ее связь с другими науками и на этой основе охарактеризованы роль и место человеческого фактора, культуры организации, взаимоотношений государства и бизнеса, интеграционных процессов в глобальной экономике. Поскольку теория организации — это постоянно меняющаяся научная дисциплина, следует отметить новые главы и разделы, добавленные в учебник. Существенные изменения коснулись, в частности, разделов «Культура организации», «Малые предприятия», а также «Управление знаниями».

Особый интерес представляет раздел «Будущее», посвященный вызовам, с которыми сталкиваются современные организации под влиянием глобального рынка, и ответам на эти вызовы, которые сегодня рождаются в бизнес-среде. Автор показывает, как освоение новых информационных технологий и переход от внутренних рынков к глобальным определяют другие свойства организации будущего. Речь идет о сдвиге от иерархических к сетевым структурам, новых акцентах на проектно-групповых формах организации деятельности работников, возрастающей роли информации и знаний как ресурса развития бизнеса. Большое внимание автор уделяет концепции «внутреннего рынка» фирмы, стимулирующей конкуренцию между ее автономными подразделениями и способствующей повышению эффективности компании в условиях усиления внешнего конкурентного давления.

Учебник рассчитан на массового читателя — студентов и аспирантов экономических вузов, преподавателей и научных работников. Его безусловными преимуществами являются образность изложения, ясность и четкость формулировок, доступность материала. В качестве наглядных иллюстраций автор использует

данные конкретных фирм, что позволяет читателю лучше понять принципы построения и развития современных организаций (например, «кейс» компании Nike как «виртуальной корпорации», которая никогда не занималась производством своих продуктов, а концентрировала усилия на проектировании, маркетинге и продажах — см. с. 782–783). Также очень полезны многочисленные схемы, графики и аналитические таблицы, характеризующие трансформацию бюрократической модели организации (табл. 10.1 на с. 175–176), требования к знаниям и способностям руководителей на разных уровнях управленческой иерархии (рис. 12.1 на с. 214), связь между брендом и созданием стоимости (рис. 18.1 на с. 290), взаимодействие изменений в технологиях, организационных структурах и лидерстве (рис. 27.1 на с. 409), эволюцию организационных структур (рис. 51.1 на с. 742) и др. Отметим раздел «Хронология теории организации», где автор показывает, как соответствующие взгляды развивались во времени и в пространстве.

Вместе с тем рецензируемая работа не свободна от некоторых недостатков. Так, в полезном для читателя «Списке использованных терминов» (с. 859–863) отсутствуют указания страниц, где они упоминаются. Кроме того, в книге недостаточно ссылок на последние российские исследования по менеджменту, хотя сам автор, будучи членом редколлегии «Российского журнала менеджмента», активно участвует в их обсуждении. Сказанное, впрочем, не умаляет достоинств рассматриваемой работы Б. З. Мильнера, которую можно рекомендовать широкому кругу читателей, интересующихся актуальными проблемами теории и практики управления.

*А. Яковлев,
к. э. н., директор
Института анализа предприятий
и рынков ГУ—ВШЭ*