ЖУРНАЛ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ №3/2012

ЭВОЛЮЦИЯ ТЕОРИИ ФИРМЫ И ЕЕ ЗНАЧЕНИЕ ДЛЯ ИССЛЕДОВАНИЙ МЕНЕДЖМЕНТА ОРГАНИЗАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ В ЭКОНОМИКЕ ЗНАНИЙ

З. Н. Варламова

В работе представлен анализ эволюции теории фирмы и ее значения для исследований менеджмента организационного развития, дана оценка современных концепций теории фирмы в свете задач стратегического управления компаниями в условиях формирования экономики знаний. Автор обосновывает необходимость дополнения «управленческого расширения» экономической теории фирмы подходом, основанным на концепции корпоративной социальной ответственности.

Управление развитием организации в условиях формирования экономики знаний — проблема, решение которой возможно лишь исходя из определенной сущности организации как хозяйствующего субъекта. Иначе говоря, развитие исследований в области управления изменениями, стратегического менеджмента инициирует дальнейшее развитие теории фирмы.

Уже к середине 1980-х гг. Р.П. Рамелт [25] ставит вопрос о необходимости создания «стратегической теории фирмы», которая бы объединила экономическую теорию, теорию организации и результаты исследований стратегий фирм.

Задачей данного исследования является рассмотрение эволюции теории фирмы и ее значения для изучения управления развитием хозяйствующих субъектов в условиях формирования экономики знаний.

Для решения данной задачи необходимо:

1) дать обобщающую картину развития теоретических взглядов на объект исследования;

2) продемонстрировать (показать) корни возникновения новых парадигм в контексте развития теории фирмы;

3) дать оценку современным концепциям теории фирмы с точки зрения полноты выполнения функций интеллектуальной платформы современной теории стратегического менеджмента как базовой методологии менеджмента организационного развития, а именно, с точки зрения соответствия требованиям системности, полноты и динамичности описания предприятия.

Под теорией фирмы сегодня понимается «теория, изучающая природу, границы и внутреннюю организацию фирмы, т. е. размеры, форму и содержимое … „черного ящика”» [12, с. 75].

Г.Б. Клейнер отмечает использование словосочетания «теория фирмы» в двух основных смыслах [12, с. 31-32]:

1) как обозначение всей научной дисциплины, изучающей с теоретических позиций деятельность предприятий, компаний, корпораций;

2) как конкретную систему взглядов, объясняющих природу, поведение, эволюцию или другие аспекты функционирования предприятий данной группы (отрасли, организационно-правовой формы, размера, структуры распределения собственности и т. п.).

Е.В. Попов определяет сущность фундаментальной теории фирмы «в объяснении совместного существования организации работников с целью наиболее разумного ведения хозяйственной деятельности» [24, с. 17].

Теория фирмы (предприятия) как система взглядов на сущность, поведение и эволюцию предприятий, с одной стороны, и стратегический менеджмент как методология разработки и реализации стратегии предприятия с целью достижения устойчивого конкурентного преимущества, базовая методология управления развитием, с другой, выступают как разные направления научных исследований.

В.С. Катькало [10] связывает дисциплинарную идентичность теории стратегического менеджмента с организационно-экономической логикой данной области научных исследований, приоритетностью экономических категорий прибыли и ренты, напрямую связанных с центральным для теории стратегического управ-

ления понятием конкурентных преимуществ. Предметом теории стратегического менеджмента является выявление природы и механизмов формирования устойчивых конкурентных преимуществ фирм.

Внутреннее наполнение теории фирмы и теории стратегического менеджмента определяет их общность и различие.

Г. Б. Клейнер видит эти отличия в двух аспектах [12, с. 31-32]:

1) различные периоды описания одного и того же объекта: «Если теория предприятия отражает главные аспекты и факторы функционирования предприятий в неопределенном временном промежутке, включающем как настоящее, так и отрезки прошлого и будущего, то стратегия предприятия также представляет собой обобщенное («стратегическое») отражение функционирования того же объекта, обращенное, однако, преимущественно в будущее»;

2) цели и предпосылки построения моделей: «Если теория предприятия ориентирована на *объяснение* различных аспектов деятельности предприятия, то основной акцент стратегии направлен на *предсказание* или *определение* его будущего состояния» (курсив автора. — *Г. К.*).

Дальнейшее развитие обоих направлений, по мнению Г. Б. Клейнера, должно быть основано на более четкой дифференциации дисциплин, «осознании тонких отличий в соответствующих базисных теориях», с одной стороны, и на взаимной координации и взаимном обогащении данных направлений исследований, с другой. При этом теория предприятия, соответствующим образом развитая, должна стать основой и для теории стратегического управления, и для выработки рекомендаций по тактическому управлению предприятием [12, с. 32].

Методология стратегического менеджмента требует рассмотрения предприятия как целостного объекта, обладающего свойствами целостности, самоидентичности, изменчивости и эволюции [12, с. 33], а поэтому лежащая в его основе теория фирмы должна формироваться на основе синтетического подхода к предприятию[1].

Е. В. Попов [22, с. 53] представляет основной массив современной экономической теории в виде совокупности неоклассических, институциональных, неоинституциональных и институционально-эволюционных подходов. В целях нашего исследования представляет интерес подход Е. В. Попова [23] к систематизации миниэкономических теорий, в соответствии с которым дисциплины экономики предприятий, прежде всего, разделены на фундаментальные и прикладные. Фундаментальные теории, в свою очередь, делятся на институциональные (контрактные) и технологические (неконтрактные). Технологические теории по признаку исторической преемственности делятся на неоклассические и альтернативные, появившиеся в качестве дополнения к традиционному классическому анализу деятельности хозяйствующих субъектов.

Авторская классификация отличается наличием широкого круга прикладных теорий предприятия: теории маркетинга, менеджмента, стратегического менеджмента (маркетинга), логистики, контроллинга, жизненного цикла товара и ряда других. Е. В. Попов рассматривает формирование прикладных теорий как один из факторов, которые формируют сегодня «вектор направленности развития теоретической мысли в области экономики отдельно взятого предприятия» [23, с. 145].

А. В. Бухвалов и В. С. Катькало [3] выделяют такие основные типы теорий фирмы, как неоклассическая теория, теория отраслевой организации, экономическая теория организации (к которой относят теории трансакционных издержек, агентских отношений, контрактов и эволюционную теорию) и ресурсная теория, дополняя их в более поздней публикации [10] «знаниевыми» концепциями фирмы: «знаниевая» теория фирмы Б. Когута и У. Зандера, концепция динамических способностей, концепция компании — создателя знаний.

Основными теориями стратегического управления общепризнанны: концепции конкурентных сил, стратегического конфликта, ресурсная концепция, концепции ключевых компетенций и динамических способностей.

Таким образом, между отдельными современными подходами в теории фирмы и ответвлениями теории стратегического управления имеет место тесная взаимосвязь.

Базовой в мировой экономической науке является неоклассическая теория, в соответствии с которой фирма рассматривается как целостный объект, как «черный ящик», преобразующий исходные ресурсы (факторы производства)

[1] В свое время задача построения «единой теории фирмы» обсуждалась в работах О. Фавро, Е. В. Попова, Н. М. Розановой, Г. Б. Клейнера.

в продукты. Модель предприятия в неоклассической теории определяется производственной функцией, выражающей зависимость результатов производства от затраченных ресурсов, а «поведение» предприятия — выбором объемов и структуры привлекаемых ресурсов и производимой продукции. Параметры производственной функции предприятия определяются, в свою очередь, используемыми при производстве продукции технологическими процессами.

В качестве целевой функции фирмы неоклассическая теория рассматривает максимизацию прибыли, предполагая, что фирма выпускает такое количество продукции, при котором предельные издержки равны рыночной цене. Таким образом, базисным инструментарием неоклассического подхода является предельный анализ (маржинализм).

Неоклассическая модель фирмы слабо раскрывает внутренние механизмы работы фирмы. Производственная функция моделирует исключительно эффекты замены одних факторов производства на другие. Абстрактно-унифицированный характер факторов производства не позволяет выявить специфические конкурентные преимущества или недостатки фирмы. Более поздние концепции пытаются преодолеть данный недостаток, предлагая различные модели таких внутренних механизмов.

При выявлении факторов экономического роста неоклассическая теория традиционно обращает внимание, с одной стороны, на изменение соотношения вкладов факторов производства, а с другой — на технические изменения, привносимые научными исследованиями и опытно-конструкторскими разработками. Приверженцы неоклассического подхода делают чрезмерный акцент на относительной значимости в производственном процессе материальных активов по сравнению со знаниями и другими «неосязаемыми» активами.

Будучи ориентированной на равновесные состояния, неоклассическая экономическая теория утратила контакт с направлениями исследований, посвященными научно-техническому прогрессу, инновациям, конкуренции в высокотехнологичных отраслях экономики.

Р. Рамелт так характеризует ограниченность неоклассической теории: «Неоклассическая модель является ярким достижением научной мысли, однако оно было получено посредством исключения из рассмотрения таких явлений, как: 1) трансакционные издержки; 2) ограниченность рациональности; 3) технологическая неопределенность; 4) ограничения мобильности факторов производства; 5) ограниченный доступ к информации; 6) наличие рынков, на которых в цене отражена информация о качестве; 7) рост осведомленности покупателя или производителя; 8) нечестное и (или) бессмысленное поведение» [25, с. 86].

Согласно институциональной теории, представителями которой являются Р. Коуз, Т. Веблен, Дж. Коммонс, У. Митчелл, Х. Демсец, фирма противопоставляется рынку как внутреннее производство внешнему.

Трансакционный, или контрактный, подход впервые поставил вопрос о том, почему существуют фирмы. В своей знаменитой статье «Природа фирмы» Р. Коуз утверждает, что фирмы в силу своего контрактного устройства обеспечивают экономию трансакционных издержек, координируя использование ресурсов более эффективно, чем это обеспечивает рыночный механизм [33].

В рамках институционального подхода фирма рассматривается как совокупность долгосрочных контрактов в отличие от рынка — взаимосвязей, опосредованных краткосрочными контрактами [26]. Контрактная теория фирмы рассматривает последнюю как объединение субъектов, обладающих различной информацией и связанных системой явных и неявных контрактов, что позволяет преодолеть противоречивость их интересов.

Х. Демсец считает, что современная теория фирмы «должна придать информационным издержкам больше веса, чем это делается в теории Р. Коуза и в теориях, основанных на концепциях отлынивания и оппортунизма» [7, с. 237].

Обычно мы определяем отрасли и фирмы в этих отраслях, утверждает Х. Демсец, как хранилища специализированных знаний и специализированных ресурсов, необходимых для того, чтобы задействовать эти знания. Приобретение, хранение и использование знаний требует издержек. Специализация сопряжена с экономией этих издержек. По мнению Х. Демсеца, вертикальные границы фирмы (границы, определяющие степень вертикальной интеграции) «определяются экономическими соображениями сбережения „расходов на знания”. Одна фирма перерабатывает продукт в новые продукты, которые легче использовать (на основе инструкций) до тех пор, пока разнообразие путей дальнейшего

использования не станет настолько велико, что издержки приобретения и хранения информации, сопряженные с дальнейшим удлинением цепочек продуктов, превзойдут те издержки, которых удастся избежать потенциальным клиентам благодаря дополнительному упрощению в каждой из продуктовых цепочек [7, с. 261].

В 1960-е гг. происходит условное разделение экономической теории на традиционный институционализм и неоинституциональную теорию [24].

Современный этап исследований в области теории фирмы (с конца XX в. по настоящее время) характеризуется переносом центра внимания с исследования причин происхождения фирмы на изучение сущности, внутреннего содержания фирмы, ее структуры, отношений, роли в экономике и социальной жизни общества.

Новая институциональная экономическая теория фирмы (неоинституционализм) (представителями которой являются Д. Норт, М. Олсон, Р. Познер, О. Уильямсон, Х. Демсец, Дж. Бьюкенен) также оперирует равновесными понятиями, однако в отличие от неоклассической теории в неоинституциональной основное воздействие на поведение агентов оказывают эндогенные факторы системы.

В новой институциональной экономической теории сохраняется представление о фирме и рынке как о двух крайних градациях шкалы механизмов координации, которые различаются доминирующими видами контрактов. Так внутри фирм таковым является контракт найма, а внутри рынка — классические или неоклассические контракты купли-продажи.

Особый вклад в развитие институциональной теории фирмы внес О. Уильямсон, который уточнил представление о трансакционных издержках, определяя их как издержки, связанные с функционированием специфических активов [31]. При этом к специфическим активам О. Уильямсон относит инвестиции, которые приспособлены к взаимоотношениям с определенным партнером и являются невозвратными.

Теория фирмы О. Уильямсона — теория несовершенных контрактов [26]. В случае совершенных контрактов договаривающиеся стороны могли бы до начала инвестиционного процесса и производства оговорить в контракте все возможные условия, которые могли бы возникнуть на каждом этапе их будущих взаимоотношений, потребность в фирме отпала бы. Совершенные контракты заменили бы фирму. Однако такого рода контракты либо невозможны в принципе, либо очень дорогостоящи.

Если же контракт не может учесть всех возможных в будущем условий, то возникает опасность оппортунистического поведения партнера, что может выразиться в ухудшении экономической ситуации для данного агента. Когда активы не являются специфическими, ситуацию легко исправить путем нахождения другого адекватного партнера. Если же активы специфичны, то, чем выше степень их специфичности, тем сложнее переключиться на другого партнера без особых экономических потерь.

Теория трансакционных издержек О. Уильямсона, исходящая из совокупности предпосылок об ограниченной рациональности, специфичности активов и оппортунистического поведения, позволила изучать сравнительную экономическую эффективность различных организационных форм. Сегодня теория О. Уильямсона ложится в основу любого квалифицированного обсуждения проблемы оптимизации размера фирмы, в частности, одного из важнейших ее аспектов — стратегического выбора между вертикальной интеграцией и аутсорсингом. Это дает исследователям [3, с. 78] основания позиционировать неоинституционализм в качестве одного из важнейших элементов интеллектуальной платформы современной теории стратегического управления.

Необходимость учета динамики социально-экономических систем привела к формированию эволюционной теории фирмы.

К эволюционной теории принято относить такие экономические исследования, где существенную роль играют общесистемные принципы меняющегося разнообразия, неоднородности агентов, неравновесия, неопределенности развития, неустойчивости и т. д. [18]. Основоположники эволюционной теории Р. Нельсон и С. Уинтер и их сторонники Р. Коуз, Д. Норт, О. Уильямсон обращают внимание на предысторию развития организации.

Вобрав в себя основные понятия теории биологической эволюции Ч. Дарвина (наследственность, изменчивость, отбор), эволюционная теория прошла путь от теоретических предпосылок Т. Веблена (биологическая метафора), через теорию эволюционного развития Й. Шумпетера, к моделям эволюционного развития экономических систем Р. Нельсона — С. Уинтера [24, с. 21].



Рис. *Пирамида внутренних фундаментальных и функциональных факторов и условий деятельности предприятия [12, с. 41]*

Основной объект изучения эволюционной экономики — совокупность фирм в конкурентной (рыночной среде), которая определяется правилами:

1) поведения индивидуальной фирмы;
2) взаимодействия фирм между собой;
3) появления новых фирм и выхода из совокупности (исчезновения).

Предполагая, что фирмы руководствуются стремлением получить прибыль и занимаются поисками путей ее увеличения, эволюционная теория делает упор на тенденцию вытеснения из сферы бизнеса менее рентабельных фирм более рентабельными.

Как отмечалось выше, различные теории фирмы предполагают разное «наполнение» внутренней среды предприятия. В неоклассической теории — это технологии, в институциональных теориях — различные виды контрактов. Эволюционная теория фирмы рассматривает в качестве такого наполнения рутины.

Р. Нельсон и С. Уинтер [19] создали концепцию организационных рутин, определяемых ими как регулярно повторяющиеся и предсказуемые способы делового поведения всей организации или отдельного индивида. Исполнение организационной рутины включает эффективную интеграцию компонентов — субрутин и обычно осуществляется без сознательного осмысления, т. е. не требует внимания со стороны менеджмента. Такая децентрализация при функционировании организации аналогична способности умелого индивида действовать, не уделяя внимания деталям.

Как отмечают Р. Нельсон и С. Уинтер, наиболее важная форма хранения специфических организационных знаний — это рутинизация деятельности организации. Иными словами, запоминание рутины путем ее делания (реализации, осуществления) является основой функционирования любой организации. Формирование рутин организации может проходить через различные этапы: запоминание, мотивацию, контроль, репликацию, сокращение, имитацию. Знания фирмы аккумулируются в организационной памяти, основными носителями которой являются организационные процедуры и рутины, закрепляющие лучший опыт.

Развитие теории стратегического менеджмента требует дальнейшего развития теории предприятия с точки зрения учета полноты, системности и динамичности описания функционирования фирмы. На роль базовой в структуре теории стратегического менеджмента претендует, в частности, системно-интеграционная теория предприятия Г. Б. Клейнера.

Основы системно-интеграционной теории предприятия заложены в коллективной монографии Г. Б. Клейнера, В. А. Тамбовцева и Р. М. Качалова [15]. Наиболее полное воплощение теория нашла в монографии Г. Б. Клейнера «Эволюция институциональных систем» [14].

Подход автора базируется на так называемой системной экономической парадигме Я. Корнаи [8], согласно которой социально-экономический мир следует рассматривать как совокупность пересекающихся вложенных друг в друга и взаимодействующих подсистем, распространяющих свое влияние (и порождающих соответствующие структуры предпочтений) на принадлежащих к ним экономических агентов. Применение такого подхода к предприятию позволило автору

сформировать его структурно-функциональную модель, отражающую действие наиболее важных сред предприятия — ментальной, институциональной, культурной, технологической и т. п.

Системно-интеграционная теория предприятия раскрывает внутреннее содержание предприятия на базе системных принципов. Исходные положения теории сводятся к тому, что в основу деятельности предприятия ставится «интеграция в пространстве и во времени потоков материальных, финансовых, трудовых, информационных и других ресурсов, а также процессов культурной и институциональной диффузии и имплантации» [13, с. 61].

При таком подходе внутреннее содержание предприятия следует рассматривать как многослойное. Авторская концепция находит отражение в структурной стратификации внутренней среды предприятия на семь иерархических уровней (рис.).

При этом слои расположены (в виртуальном смысле) иерархически по степени управляемости. В основании пирамиды лежат базисные слои, которые относительно медленно и трудно поддаются изменению («фундаментальная группа»). Это ментальные, культурные, институциональные и когнитивные слои. Выше находятся структуры или среды, которые относительно легко и быстро поддаются изменениям. В действительности на предприятии эти слои перемешаны, и каждый из них распространяется на все предприятие в целом. Вместе с тем между ними существует определенная соподчиненность. Именно иерархичность представленных слоев служит основой для существования стратегического менеджмента как одной из обязательных внутренних функций предприятия.

Процесс внутреннего функционирования предприятия рассматривается автором как взаимодействие семи базовых подсистем, в котором участвуют производимые ими «продукты»: ментальные модели, культурные образцы, институциональные нормы, знания, товары и услуги, заимствованные извне и из собственной истории «кейсы». Фирма, таким образом, рассматривается не только как производитель товаров и услуг, но и как создатель и распространитель нематериальных результатов деятельности. Такая трактовка роли предприятия создает основу для интеграции различных подходов в теории фирмы.

Развитие теории в направлении придания ей динамического характера предсталено в более поздних работах Г. Б. Клейнера [12, 14]. Концепция инкорпорирует «событийный» подход к деятельности предприятия Й. Рюэгг-Штюрма [27, 28]. В целях преодоления статичности системно-интеграционной теории предприятия в рамках развиваемой автором целостной обобщающей концепции современного предприятия вводится понятие события как кратковременного существенного изменения, затрагивающего различные сферы и подсистемы предприятия.

Г. Б. Клейнером раскрывается роль события как интегрирующего элемента в системе стратегического менеджмента. На основе анализа событийных воздействий, стимулирующих институциональные изменения, возможна оценка динамики развития стратифицированной структуры предприятия.

Таким образом, системно-интеграционная теория предприятия Г. Б. Клейнера отражает одновременно процессный, организационно-институциональный, событийный аспекты устройства и функционирования предприятия, инкорпорирует эволюционный подход, формируя предпосылки использования в исследованиях процессов развития.

Ресурсная концепция фирмы. Начало и дальнейшее развитие теории фирмы, основывающейся на внутренних ресурсах организации, положено в работах Э. Пенроуз, исследованиях Б. Вернерфельта, Р. Рамелта, Дж. Барни, Р. Гранта, Д. Дж. Тиса и ряда других ученых.

Корни ресурсной концепции обнаруживаются в классической экономической теории. Классическая ресурсная триада «труд, капитал и земля» в условиях трансформации современного общества в информационно-индустриальное преобразовалась в сложную комбинацию материальных и нематериальных активов фирмы.

Началом становления ресурсной концепции принято считать публикацию в 1984 г. статьи профессора Высшей школы бизнеса Мичиганского университета Б. Вернерфельта «Ресурсная трактовка фирмы», в которой автор впервые указал на «полезность анализа фирмы, скорее с точки зрения ее ресурсов, чем продуктов» [5, с. 103].

Ресурсная концепция рассматривает фирму как уникальный набор идиосинкразических ресурсов и способностей, в котором главной задачей менеджмента является максимизация цен-

ности за счет оптимального использования имеющихся ресурсов и способностей, а также развитие имеющейся ресурсной базы.

Особый интерес представляет формирующаяся сегодня «знаниевая» концепция фирмы (теория фирмы на основе знаний (*knowledge-based theory of the firm*)).

Основоположник теории Р. М. Грант [6] предлагает рассматривать фирму как институт, интегрирующий знания. Базируясь на ключевых особенностях знаний как специфического вида актива, тех свойствах знаний, которые имеют критически важное значение для управления (передаваемость (*transferability*), возможность суммирования, присваиваемость (*appropriability*), специализация в приобретении знаний), Р. М. Грант формирует концепцию фирмы, основанную на знаниях, предлагая новые ответы на классические вопросы теории фирмы: почему существует фирма, каковы ее границы, какие механизмы внутрифирменной координации в ней используются и какой должна быть ее организационная структура.

Подход Р. М. Гранта характеризуется следующими двумя допущениями: во-первых, создание знаний является индивидуальной деятельностью; во-вторых, основная роль фирм заключается в применении имеющихся знаний в производстве товаров и услуг. Отказ от концепции организационных знаний в пользу подчеркивания роли индивида в процессах создания и хранения знаний, отмечает автор, согласуется с наблюдением Г. Саймона: «Процесс научения происходит в головах отдельных людей; организация научается только двумя способами: а) за счет научения своих членов; б) путем присоединения новых членов, обладающих знаниями, которых организация ранее не имела» [6, с. 43].

Р. М. Грант фокусирует свое внимание на организационных процессах, с помощью которых фирмы оценивают и используют знания, принадлежащие их сотрудникам. А внутренне присущая концепции организационных знаний опасность, по его мнению, заключается в том, что при рассмотрении организации как субъекта, создающего, хранящего и использующего знания, можно упустить из виду организационные процессы, посредством которых индивиды осуществляют эту деятельность.

Подчеркивая суть фирмы как института применения знаний, Р. М. Грант при этом не отрицает значения организационного контекста в создании знаний. Поскольку «знание является специфическим для определенного процесса коллективного производства, создание знаний невозможно отделить от их применения — оба процесса имеют место в общем организационном контексте» [6, с. 44].

Вслед за С. Гошалом и П. Мораном, Р. М. Грант утверждает, «что основным преимуществом фирм в процессе производства является не просто избежание трансакционных затрат, связанных с рыночным обменом, но их „уникальные преимущества в управлении определенными видами экономической деятельности на основе логических принципов, существенно отличающихся от действующих на рынке" [35, с. 13] … Эта логика заключается в интегрировании знаний многих индивидов в процессе производства товаров и услуг» [6, с. 45].

В области исследования внутрифирменной координации Р. М. Грант делает заключение о том, что передача знаний не является эффективным методом их интеграции: «Если процесс производства требует интеграции специализированных знаний многих людей, ключевым фактором эффективности будет достижение интеграции при минимизации передачи знаний через взаимное обучение членов организации» [6, с. 46].

В более ранних исследованиях проблемы интеграции деятельности специализированных организационных подразделений координация рассматривалась как заданная технологией производства, характеристиками используемого технологического оборудования. «Знаниевая» концепция фирмы, как считает Р. М. Грант, «побуждает нас воспринимать взаимозависимость как элемент организационного дизайна и предмет управленческого выбора … Основная проблема заключается в разработке механизмов интегрирования специализированных знаний индивидов» [6, с. 47].

Вышеизложенное представление о фирме как институте интеграции специализированных знаний находит отражение во взглядах автора на внутреннюю структуру фирмы, в частности, в отношении иерархии и распределения полномочий по принятию внутрифирменных решений.

Р. М. Грант особо подчеркивает несостоятельность иерархической координации в условиях, когда основная часть знаний, интегрируемых фирмой, выступает в неявной форме. Оценивая возможности использования различных механизмов интеграции специализирован-

ных знаний сотрудников, Р. М. Грант останавливается на интеграции посредством правил и процедур, однако их основа в модели, основанной на знаниях, акцентирует автор, отлична от основы в традиционной бюрократической модели. В последней правила и инструкции являются средствами реализации власти, исходят от источника власти и применяются сверху вниз. В фирме, основанной на знаниях, правила и инструкции предназначены для облегчения интеграции знаний, их источник — специализированный опыт сотрудников, распределенный по всей организации.

«Знаниевая» концепция фирмы представляет теоретическую основу для понимания таких современных организационных инноваций и тенденций, как сокращение числа уровней управления и делегирование полномочий, горизонтальные и основанные на командах (*team-based*) структуры, межфирменные стратегические альянсы.

По мнению ряда ученых[1], формирующийся сегодня «подход с точки зрения знаний» (*knowledge-based view*) не может пока рассматриваться в качестве новой теории фирмы, а лишь представляет собой набор идей о причинах существования и роли фирмы, подчеркивающих роль знаний. В настоящее время нет согласия исследователей в отношении его основных принципов или целей, способов анализа и прогнозов.

О стадии становления концепции можно судить по наличию конкурирующих подходов, авторами которых являются Р. М. Грант, Б. Когут, У. Зандер и Д. Дж. Тис, И. Нонака, Х. Такеучи.

Так, согласно концепции теории фирмы Б. Когута и У. Зандера главное преимущество фирм по сравнению с рынками достигается путем более эффективных процессов создания и передачи знаний между индивидами и их группами внутри организации: «Фирмы существуют потому, что они обеспечивают социальную общность волюнтаристских действий, структурированных благодаря организационным принципам, не сводимым до уровня индивида» [16, с. 123]. Иными словами, хотя знанием обладают индивиды, последнее также находит выражение в организационных нормах, правилах, в соответствии с которыми сотрудники взаимодействуют друг с другом и путем совершенствования которых обновляется фирма.

[1] См., например, [6, 34].

Б. Когут и У. Зандер считают, что фирмы различаются имеющейся у них информацией и ноу-хау, и эти различия, если они экономически значимы, оказывают устойчивое влияние на относительные результаты их функционирования. Центральной характеристикой фирм является устойчивое различие между ними в способностях, иначе говоря — сложность их передачи и имитации. Устойчивость различий в результатах фирм кроется в единой проблеме сложности передачи и имитации знаний.

С целью решения данной проблемы Б. Когут и У. Зандер анализируют знания по двум параметрам: кодифицируемость и сложность. Данные параметры являются взаимосвязанными, но неидентичными. Посредством изучения индивидуального (personal) и общественного (группового, организационного, сетевого) знания авторы приходят к выводу, что способности фирмы в целом заключаются в организационных принципах, на основе которых структурируются отношения между индивидами, внутри групп, между группами и организациями.

Динамизм концепции теории фирмы Б. Когута и У. Зандера придает введенное ими понятие комбинационной способности фирмы как способности «синтезирования и применения имеющегося и приобретенного знаний» [16, с. 123].

Отвечает современным тенденциям развития стратегического менеджмента и авторский подход к определению границ фирмы: «Фирмы инвестируют в те активы, которые согласуются с комбинацией имеющихся способностей и отвечают ожиданиям относительно будущих возможностей» [16, с. 123].

Трактовка Б. Когутом и У. Зандером знаний фирмы как «продукта общественного действия» или как чего-то «сопряженного с организацией человеческих ресурсов», изучение организационных принципов, лежащих в основе создания, репликации и имитации знаний, приводят к пониманию «способностей фирмы как набора ”инертных” ресурсов, которые трудно имитировать или перемещать» [16, с. 124]. Именно устойчивость организационных принципов социальных отношений, в которые встроены знания, является центральным вопросом исследования авторов.

По мнению автора альтернативного подхода Д. Дж. Тиса, «суть фирмы состоит в ее потенциале создания, передачи, собирания воедино,

интеграции и эксплуатации знаний как активов» [29, с. 117]. Трактовка фирмы на основе ее знаний, как утверждает Д. Дж. Тис, требует акцента скорее на предпринимательскую, чем на административную сторону корпоративного управления: «В высокотехнологичных отраслях фирмы являются не столько организациями, предназначенными для минимизации трансакционных издержек, — хотя это они также делают, — сколько организационными структурами, способными формировать и переформировывать кластеры активов в отличительные и уникальные комбинации, необходимые для удовлетворения постоянно меняющихся потребностей клиентов» [29, с. 117].

В основе работ И. Нонаки и Х. Такеучи [20, 21] лежит представление об организации как о живом организме, которому необходимо постоянно трансформироваться для выживания и развития в современной динамичной внешней среде. Компания должна постоянно пересматривать свой внутренний порядок, разрушать его и из хаоса неорганизованного, избыточного знания создавать новые управленческие системы, продукты и услуги, с тем чтобы вновь и вновь подвергать их переосмыслению. Организация не просто живой организм, а организм мыслящий и чувствующий, имеющий свои идеалы, устремления и реализующий их через продукты и услуги. Организация предстает как личность, которая не только адаптируется к изменениям внешней среды, но и активно перестраивает ее в соответствии со своими идеалами и ценностями.

Таким образом, основная цель организации в представлении И. Нонаки и Х. Такеучи выражается не в терминах прибыли, лидерства или выживания, а определяется как постоянное развитие (самопознание, раскрытие потенциала, самореализация) посредством преобразования внешней среды; а отношения между организацией и сотрудниками носят не контрактный, а личностный характер. В их основе — приверженность общим идеалам, ценностям, совместная самореализация.

Концепция способностей (компетенций) (capabilities) фирмы делает акцент на ее управленческих и организационных характеристиках.

Так, Э. Пенроуз [36] видит отличительную компетенцию фирмы в лучшем использовании своих ресурсов. С. Уинтер рассматривает фирму как «репозитарий продуктивного знания» [39, p. 175]. Н. Фосс подчеркивает ключевое значение различных возможностей обучения внутри и вне фирм: «Фирмы существуют потому, что они могут более эффективно, чем на это способна рыночная организация, координировать процессы коллективного обучения»[1].

Ключевой вывод концепции способностей/компетенций фирмы в отношении экономической организации состоит, в терминологии Дж. Б. Ричардсона[2], в том, что структура комплементарности и сходства различных способностей, имеющихся в экономике, влияет на выбор конкретной модели организации (включая границу между фирмой и рынком) таким образом, который не может быть полностью объяснен посредством трансакционных издержек. Более того, умение вступать в трансакции, а следовательно, и уровень сопряженных с данным умением издержек сами по себе являются определенными способностями, что говорит в пользу размывания границы между производством и обменом.

В рамках данной концепции Р. Н. Ланглуа рассматривает фирму «как совокупность частично неявных знаний, рутин и умений, применимых к определенным видам деятельности» [17, с. 113-114]. Совместно с затратами управления способности фирмы и способности рынка определяют границы фирмы в краткосрочном периоде. Те виды деятельности, в которых фирма имеет преимущество в затратах перед рынком либо в силу своих способностей, либо в силу низких затрат управления, либо в силу обеих, причин осуществляются внутри границ фирмы.

Р. Н. Ланглуа «помещает» теорию границ фирмы в контекст времени и решает проблему их нахождения с точки зрения взаимодействия таких факторов, как способности фирм и процесс организационного обучения. В долгосрочном периоде, по мере снижения затрат управления, границы фирмы начинают определяться исключительно способностями. По мере обучения фирм и рынков способности также изменяются. Данный процесс предполагает наличие затрат определенного рода, связанных со знаниями, — это затраты по передаче рынку способностей фирмы и наоборот. Автор вводит понятие динамических трансакционных издержек. Эти ди-

[1] Foss N. J. Firms, incomplete contracts and organizational learning // Human Systems Management. 1996. N 15. P. 18. Цит. по [30, с. 95].

[2] Richardson G. B. The organization of industry. Economic Journal. 1972. №. 82. P. 883-896. Цит. по: [30, с. 88].

намические затраты управления представляют собой затраты убеждения, проведения переговоров, координации и обучения других субъектов. Это затраты, возникающие при наличии перемен (прежде всего технологических и организационных инноваций) и связанные с отсутствием необходимых способностей в тот момент, когда в них возникает необходимость.

Исследуя природу трансакционных издержек, Р. Н. Ланглуа устанавливает, что трансакционные издержки «обязательно уменьшаются со временем в процессе обучения при прочих равных условиях» [17, с. 96] и будут играть незначительную роль в длительном периоде. В ходе обучения (если обучение происходит в стабильной среде) стороны контрактных отношений получают информацию о поведении друг друга, более того, постепенно разрабатывают или случайно обнаруживают институциональные механизмы, которые позволяют устранить источники трансакционных издержек.

Концепция неполноты контрактов позволяет сделать этот вывод особенно ясным. Причины неполноты контрактов заключаются в ограниченной рациональности, ограниченности знаний агента, его навыков в принятии решений. Однако со временем агенты, участвуя в сходных трансакциях, получают представление о типичных результатах этих трансакций и включают в свои трансакции все более точные положения.

Предметом теории стратегического менеджмента, как отмечалось выше, является выявление природы и механизмов формирования устойчивых конкурентных преимуществ фирм. Деление их источников на внутренние и внешние относительно границ организации — одна из важнейших проблем эволюции стратегического управления. Как известно, суть данной проблемы состоит в выяснении сравнительной значимости умелого позиционирования фирмы на рынке и наличия у неё уникальных ресурсов и организационных способностей.

В первой половине 1980-х гг. основной парадигмой теории стратегического управления была концепция конкурентных сил М. Портера. С середины 1980-х годов в научной литературе по стратегическому управлению отчетливо обозначился сдвиг в пользу ресурсной концепции. В 1990-х гг. ресурсный подход становится доминирующим направлением теории стратегического управления, а сегодня определяется в качестве мейнстрима стратегического менеджмента.

Сущность ресурсной концепции стратегического менеджмента сводится к следующему. Успех фирмы определяется наличием у нее уникальных ресурсов и организационных способностей, которые трудно изменить ввиду сложности процесса их формирования и накопления и которые являются источником экономических рент, недоступных другим фирмам, и определяют конкурентные преимущества конкретной фирмы. Стратегическое управление заключается в сохранении и наращивании активов, генерирующих подобные ренты.

В узком перечне научных публикаций отечественных авторов, посвященных ресурсному подходу, особого внимания заслуживают работы В. С. Катькало [9, 10], в которых представлены результаты анализа предметно-методологических особенностей ресурсной концепции и оценка современных приоритетов ее развития.

Как аксиомы ресурсного подхода В. С. Катькало определяет следующие базовые эмпирические допущения [9, с. 7]:

1) имеются системные различия между фирмами в степени контроля ресурсов, необходимых для реализации стратегий;

2) эти различия относительно стабильны.

Данные допущения дополняются представителями ресурсной концепции двумя предпосылками, заимствованными у экономической теории:

— различия между ресурсами фирм порождают различия в их хозяйственных результатах;

— фирмы стремятся повысить (если не максимизировать) эти результаты.

В рамках отрасли или отдельной стратегической группы особые успехи фирмы должны быть защищены факторами, затрудняющими копирование ее преимуществ. Р. Рамелт [25] называет их «механизмами изоляции». «Механизмы изоляции» ограничивают expost-равновесие (выравнивание) в рентах между отдельными фирмами. Дж. Махоней и Р. Пандиан определяют состав таких механизмов и утверждают, что «механизмы изоляции существуют благодаря специфичности активов и ограниченной рациональности»[1]. В состав «механизмов изоляции» входят: отраслевые технические стандарты, уникальные комплементарные активы, неявные знания (*tacit knowledge*) (технологическое или управленческое ноу-хау), высокие издержки переключения на новых поставщиков и др.

[1] Цит. по [30, с. 92].

Принципиальная новизна ресурсной концепции, как отмечает В.С. Катькало, состоит именно в определении условий, при которых фирмы имеют конкурентное преимущество в состоянии экономического равновесия. Временные преимущества фирм было бы легко объяснить на основе традиционной теории отраслевой организации как феномен неравновесия [9, с. 7].

Другим отличием ресурсного подхода является приоритет организационных (организация, фирма — основная единица анализа), а не отраслевых причин (в соответствии со школой позиционирования М. Портера) различий по показателю прибыли. До ресурсной концепции ученые исходили из упрощенных представлений о том, что фирмы в рамках отрасли однородны с точки зрения ресурсов и стратегий, а ресурсы являются высоко мобильными.

Нами проанализированы и обобщены опубликованные результаты многочисленных эмпирических исследований, устанавливающих степень влияниея отрасли и организационных факторов на колебания финансовых критериев эффективности [4].

Несмотря на определенные расхождения в результатах различных исследований, можно сделать следующие выводы:

1) отраслевые факторы отвечают за меньшую часть межфирменных различий в прибыльности (не более 20% во всех рассматриваемых исследованиях);

2) более существенная часть внутриотраслевых различий в уровне прибыльности объясняется идентифицируемыми организационными факторами (до 44% в различных исследованиях);

3) по результатам различных исследований, 44–80% различий в прибыльности фирм «необъяснимы», а значит, определяются факторами, для оценки влияния которых не существует в настоящее время надежных методов.

Центральным понятием ресурсной концепции стратегического менеджмента являются «способности/компетенции» (capabilities). Теоретическая основа изучения данного понятия сформировалась в рамках эволюционной экономической теории Р. Нельсона и С. Уинтера. Организационные способности базируются на неявном знании, формируются и совершенствуются в процессе организационного обучения, а поэтому сложны для имитации [19].

Исследуя эволюцию теории стратегического управления, В.С. Катькало [11] приходит к выводу, что отношения современной экономической теории фирмы с исследованиями стратегического управления всегда были взаимовыгодными. С одной стороны, экономическая теория (с ее традиционным вниманием к конкурентной рыночной организации и максимизации эффективности решений экономических агентов) сыграла ведущую роль среди тех наук, заимствования идей и техник анализа которых способствовали прогрессу теории стратегического управления. С другой стороны, именно обогащение экономической теории фирмы (обычно пренебрегавшей фактором менеджмента/предпринимательства) за счет сближения с практикой бизнеса на основе взаимодействия с организационной наукой и исследованиями стратегий фирм (в терминологии автора — «управленческое расширение» экономической теории) позволило теории стратегического управления на рубеже 1990-х гг. перейти к развитию на собственной основе. Это стало возможным благодаря созданию ресурсной концепции.

Считаем целесообразным дополнить так называемое «управленческое расширение» теории фирмы подходом, основанным на концепции корпоративной социальной ответственности (КСО).

Все многообразие подходов к содержанию корпоративной социальной ответственности, представленных в мировой управленческой литературе, можно рассматривать в виде континуума, на одном полюсе которого находятся подходы, чьи представители утверждают, что целью бизнеса является максимизация ценности компании для акционеров (М. Фридмен), а на противоположном — представители точки зрения, в соответствии с которой бизнес несет многочисленные социальные, гражданские и моральные обязательства, направленные на рост всеобщего благосостояния в рамках широкого общественного договора (Р. Фримен, Дж. П. Уолш, В. Кода).

Содержание современных исследований в области корпоративной социальной ответственности во многом определяет подход А. Керолла. А. Керолл трактует корпоративную социальную ответственность как «соответствие экономическим, правовым, этическим и дискреционным ожиданиям, предъявляемым обществом организации в данный период»[1] и представляет в виде следующей пирамидальной модели.

[1] Carrol A. B. A three-dimentional conceptual model of corporate performance // Academy of Management. 1979. №4. P. 500. Цит. по [1, с.19].

В основании пирамиды — экономическая ответственность, которая определяется основной функцией компании на рынке как производителя товаров и/или услуг, удовлетворяющего потребности покупателей и, соответственно, извлекающего прибыль. Правовая ответственность заключается в законопослушности бизнеса, соответствии его деятельности ожиданиям общества, зафиксированным правовыми нормами. Этическая ответственность предполагает соответствие деятельности фирмы ожиданиям общества, основанным на существующих нормах морали. Филантропическая (дискреционная) ответственность находит отражение в деятельности фирмы, направленной на рост благосостояния общества посредством добровольного участия в реализации различного рода социальных программ [1].

В авторской модели принципиально важна соподчиненность уровней, каждый последующий из которых рассматривает предыдущие как вложенные[1].

Для каждой конкретной организации общество представляет собой систему заинтересованных сторон, каждая из которых предъявляет бизнесу экономические, правовые, этические и филантропические ожидания, соответствующие пирамиде корпоративной социальной ответственности. А. Керолл предлагает анализировать концепцию социальной ответственности с использованием матрицы, увязывающей представленные выше уровни ответственности и ожидания различных групп заинтересованных сторон. Таким образом, данная модель увязывает теорию корпоративной ответственности и концепцию заинтересованных сторон.

Л. Бурк и Дж. М. Логздон [2] впервые анализируют корпоративную социальную деятельность в русле ресурсной концепции стратегического менеджмента. Многочисленные попытки поиска прямой корреляции между программами КСО и краткосрочными финансовыми результатами, преобладавшие в исследованиях конца 1980-х и начала 1990-х гг., не оправдали себя. Концентрируя свое внимание на поиске долгосрочных конкурентных преимуществ, Л. Бурк и Дж. М. Логздон предлагают определять стратегическую корпоративную социальную ответственность как не только удовлетворяющую интересы заинтересованных сторон, но и приносящую (мероприятия в сфере КСО) самой фирме стратегические выгоды. Авторами определены пять измерений стратегической КСО — приоритетность, специфичность, проактивность, добровольность, наглядность — которые рассматриваются в качестве критериев выбора соответствующих программ и проектов (мероприятий в сфере КСО), позволяющих максимизировать создаваемую фирмой ценность.

В русле взаимосвязи указанных направлений исследований следует особо выделить подход к менеджменту заинтересованных сторон, представленный в работе Дж. Поста, Л. Престона и С. Сакс [37]. Авторы рассматривают концепцию заинтересованных сторон как интегрирующую и дополняющую ресурсную и отраслевую концепции стратегического менеджмента. В основе авторской аргументации — увязка концепции заинтересованных сторон с созданием организационного богатства. Организационное богатство («*organizational wealth*»), в соответствии с концепцией Дж. Поста, Л. Престона и С. Сакс, представляет собой оценку способности организации создавать блага для всех ее заинтересованных сторон (работников, клиентов, акционеров и т. п.) в течение длительного периода времени.

Функционирование и развитие любой организации требует ресурсной базы, которая может быть представлена сетью заинтересованных сторон. Любая организация определенным образом встроена в отраслевую структуру, взаимодействует с политической, социальной средой. Представители отраслевого и макроокружения вносят свой вклад в формирование организационного богатства. Таким образом, сеть заинтересованных сторон обеспечивает потенциал для генерирования организационного богатства. Фирма, в свою очередь, позиционирует себя в сети заинтересованных сторон, пытаясь реализовать совокупность их динамических и противоречивых ожиданий. Формирование, сохранение и развитие соответствующих отношенческих активов является основой достижения устойчивого конкурентного преимущества.

Такие факторы формирования экономики знаний, как доступность информации, усиление рыночной силы покупателей, совершенствова-

[1] В одной из более поздних работ А. Керолла, написанной в соавторстве с М. Шварцем [38], филантропическая ответственность отнесена к категориям этической и/или экономической ответственности. В качестве аргументации такого решения авторы отмечают сложность разграничения «филантропической» и «этической» деятельности и тот факт, что филантропия часто непосредственно основана на экономическом интересе.

Таблица

Современная эволюция взглядов на теорию фирмы и теории стратегического менеджмента

Подход к анализу фирмы	Авторы	Суть фирмы	Единица анализа	Источники конкурентного преимущества
Ресурсная теория фирмы	Э. Пенроуз, Б. Вернерфельт, Р. Рамелт, Дж. Б. Барни	Фирма — набор ценных, редких, трудно имитируемых организационных ресурсов. Ресурсы — источник способностей фирмы	Фирма	Фирма извлекает ренты вследствие обладания отличительной способностью лучше использовать имеющиеся ресурсы. Фирма стремится защитить свои ресурсы от копирования, формируя так называемые механизмы изоляции
Концепция фирмы, основанная на знаниях («знаниевая» концепция фирмы)	Р. М. Грант	Фирма — институт применения знаний Основная функция фирмы — интегрирование специализированных знаний индивидов в товары и услуги	Индивид	Организационная способность — результат интеграции знаний индивидов. Степень уникальности способности зависит от того, как фирма оценивает и интегрирует специализированные знания своих работников
	Б. Когут, У. Зандер	Фирмы различаются имеющейся у них информацией и ноу-хау. Главное достоинство фирм в более эффективных процессах создания и передачи знаний между индивидами и их группами внутри фирмы, совместного использования знаний. Фирмы обучаются новым умениям путем рекомбинации своих текущих способностей. Фирма — репозитарий способностей, детерминированный общественными знаниями, встроенными в устойчивые индивидуальные взаимоотношения, структурированные на основе организационных принципов	Организационные способности как результат комбинации индивидуального и организационного знания	Сложность передачи и имитации знаний. Комбинационные способности — способности снтезирования и применения имеющегося и приобретенного знания
Теория динамических способностей	Д.Дж. Тис, Г. Пизано, Э. Шуен	Суть фирмы состоит в ее потенциале создания, передачи, собирания, интеграции и эксплуатации знаний как активов	Фирма	Способности фирмы распознавать и осваивать новые возможности, реконфигурировать свои знания как активы, компетенции и комплементарные активы в отличительные и уникальные комбинации в ответ на динамичные изменения внешней среды

Окончание табл.

Подход к анализу фирмы	Авторы	Суть фирмы	Единица анализа	Источники конкурентного преимущества
Концепция компании-создателя знаний	И. Нонака, Х. Такеучи	Фирма — живой организм с чувством самоидентификации и глубинного предназначения, стремящийся к самопознанию, самореализации, преобразованию действительности посредством производства продукции и оказания услуг в соответствии с собственным видением. Создание знаний — способ поведения, образ жизни	Фирма	Умения трансформировать неформализованные знания в формализованные, механизмы интеграции индивидуальных и организационных знаний
Теория фирмы, основанная на концепции корпоративной социальной ответственности	А. Керолл, Х. Джонсон, Р. Фримен, М. Золло, Дж. Пост, Л. Престон, С. Сакс	Фирма действует в рыночной, социальной и политической среде. Сеть заинтересованных сторон обеспечивает фирму ресурсами. Фирма — продукт отношений и взаимодействий с различными стейкхолдерами. Фирма — носитель способности генерировать блага для всех заинтересованных сторон	Специфичные для фирмы связи и имплицитные соглашения	Формирование, сохранение и развитие соответствующих отношенческих активов — ключевая компетенция менеджмента Корпоративная социальная ответственность — динамическая организационная способность

ние организационных форм построения компаний и их взаимодействий (сетевые структуры, стратегические альянсы) усиливают влияние заинтересованных лиц на организацию, дают заинтересованным сторонам большую свободу действий, способствуют динамике их ожиданий.

Таким образом, исследования стратегического менеджмента инициируют дальнейшее развитие теории фирмы. Современная эволюция взглядов на теорию фирмы во взаимосвязи с созвучными теориями стратегического управления представлена в таблице.

Представленный в данной статье анализ эволюции теории фирмы позволяет сделать следующие выводы, имеющие значение для дальнейших исследований организационного развития:

1. Отсутствие системности, фрагментарность и статичность классических теорий фирмы ограничивают возможности их использования в качестве базы разработки стратегических управленческих решений.

2. Наблюдается тенденция взаимной интеграции теорий и стремление исследователей к формированию единой теории фирмы.

3. В работах Д. Дж. Тиса, Н. Фосса, Б. Когута и У. Зандера, Р. М. Гранта, И. Нонаки и Х. Такеучи, Г. Б. Клейнера и ряда других исследователей формируется концепция теории фирмы, удовлетворяющая современным требованиям к интеллектуальной базе теории стратегического менеджмента (системности, полноты и динамичности описания объекта исследования).

4. Развитие теоретических исследований проявляется в обогащении экономической теории фирмы за счет ее сближения с практикой бизнеса на основе взаимодействия с теорией организации и исследованиями стратегий фирм. Это находит отражение в присутствии в классификации миниэкономических теорий так называемых «прикладных теорий предприятия» (Е. В. Попов, А. И. Татаркин) или в формировании «управленческого расширения» экономической теории фирмы (в терминологии В. С. Катькало).

5. Дальнейшее развитие теории фирмы и теории стратегического менеджмента должно быть основано, с одной стороны, на более четкой дифференциации дисциплин и на их взаимной координации, с другой — на создании новых концепций путем кумулятивных усилий различных наук в целях исследования управления развитием.

6. «Управленческое расширение» экономической теории фирмы следует дополнить подхо-

дом, основанным на концепции корпоративной социальной ответственности.

Список источников

1. *Благов Ю. Е.* Концепция корпоративной социальной ответственности и стратегическое управление // Российский журнал менеджмента. — 2004. — №3. — С. 17-34.

2. *Бурк Л., Логздон Дж. М.* Как окупается корпоративная социальная ответственность // Российский журнал менеджмента. — 2010. — №4. — С. 57-64.

3. *Бухвалов А. В., Катькало В. С.* Эволюция теорий фирмы и ее значение для исследований менеджмента // Российский журнал менеджмента. — 2005. — №1. — С. 75-84.

4. *Варламова З. Н.* Управление развитием организаций в условиях формирования экономики знаний. — Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2010. — 274 с.

5. *Вернерфельт Б.* Ресурсная трактовка фирмы // Вестник Санкт-Петербургского ун-та. — 2006. — Вып. 1. — С. 103. (Менеджмент)

6. *Грант Р. М.* К знаниевой теории фирмы // Управление знаниями. Хрестоматия : пер. с англ.; 2-е изд. / Под ред. Т. Е. Андреевой, Т. Ю. Гутниковой; Высшая школа менеджмента СПбГУ. — СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2010. С. 38.

7. *Демсец Х.* Еще раз о теории фирмы // Природа фирмы : пер. с англ. — М.: Дело, 2001. — С. 237-267.

8. *Корнаи Я.* Системная парадигма // Вопросы экономики. — 2002. — №4. — С. 4-22.

9. *Катькало В. С.* Методологические особенности и приоритеты развития ресурсной концепции стратегического управления // Научные доклады Центра управленческих и институциональных исследований факультета менеджмента СпбГУ. — 2003. — №19.

10. *Катькало В. С.* Эволюция теории стратегического управления. — СПб.: Издательский дом С.-Петерб. гос. ун-та, 2006. — 548 с.

11. *Катькало В. С.* Эволюция теории стратегического управления: автореф. дис. … д-ра экон. наук. — СПб., 2007. — 43 с.

12. *Клейнер Г. Б.* От теории предприятия к теории стратегического управления // Российский журнал менеджмента. — 2003. — №1. — С. 31-56.

13. *Клейнер Г. Б.* Системная парадигма и теория предприятия // Вопросы экономики. — 2002. — №10. — С. 47-69.

14. *Клейнер Г. Б.* Эволюция институциональных систем. — М.: Наука, 2004. — 240 с.

15. *Клейнер Г. Б., Тамбовцев В. А., Качалов Р. М.* Предприятие в нестабильной экономической среде: риски, стратегия, безопасность / Под общ. ред. С. А. Панова. — М.: ОАО «Изд-во «Экономика», 1997. — 288 с.

16. *Когут Б., Зандер У.* Знания фирмы, комбинационные способности и репликация технологии // Российский журнал менеджмента. — 2004. — №1. — С. 121-140.

17. *Ланглуа Р. Н.* Экономика трансакционных издержек в реальном времени // Российский журнал менеджмента. — 2009. — №1. — С. 93-118.

18. *Маевский В.* О взаимоотношении эволюционной теории и ортодоксии // Вопросы экономики. — 2003. — №11. С. 4-14.

19. *Нельсон Р., Уинтер С.* Эволюционная теория экономических изменений : пер. с англ. — М.: Дело, 2002. — 536 с.

20. *Нонака И.* Компания — создатель знания // Вестник Санкт-Петербургского ун-та. — 2006. — Вып. 3. — С. 149-165. — (Менеджмент)

21. *Нонака И., Такеучи Х.* Компания — создатель знания. Зарождение и развитие инноваций в японских фирмах : пер. с англ. — М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2003. — 384 с.

22. *Попов Е. В.* Институционально-эволюционная миниэкономическая теория. — Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2004. — 302 с.

23. *Попов Е. В.* Классификация миниэкономических теорий // Труды Всероссийского симпозиума по миниэкономике. Пленарные доклады. — Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2002. — С. 145-159.

24. *Попов Е. В.* Приоритеты развития фундаментальной теории фирмы // Журнал экономической теории. — 2004. — №1. — С. 16-40.

25. *Рамелт Р. П.* К стратегической теории фирмы // Вестн. С.-Петерб. ун-та. Сер. Менеджмент. — 2006. — Вып. 1. — С. 83-102.

26. *Розанова Н. М.* Эволюция взглядов на природу фирмы в западной экономической науке // Вопросы экономики. — 2002. — №1. — С. 50-67.

27. *Рюэгг-Штюрм Й.* Новая системная теория и внутрифирменные изменения // Проблемы теории и практики управления. — 1998. — №5. — С. 72-78.

28. *Рюэгг-Штюрм Й.* Системно-конструктивистская «теория фирмы» и управление процессами глубоких изменений на предприятии // Проблемы теории и практики управления. — 1998. — №6. — С. 87-91.

29. *Тис Д. Дж.* Получение экономической выгоды от знаний как активов. «Новая экономика», рынки ноу-хау и нематериальные активы // Российский журнал менеджмента. — 2004. — №1. — С. 95-120.

30. *Уильямсон О. И.* Исследования стратегий фирм: возможности концепции механизмов управления и концепции компетенций // Российский журнал менеджмента. — 2003. — №2. — С. 79-114.

31. *Уильямсон О. И.* Экономические институты капитализма: Фирмы, рынки, «отношенческая контрактация» : пер. с англ. — СПб.: Лениздат, 1996.

32. *Carrol A. B.* Corporate social responsibility. Evolution of definitional construct // Business and Society. — 1999. — № 38(3). — P. 268-295.

33. *Coase R. H.* The Nature of the Firm // Economica. New Series. — 1937. — Vol. 4. — № 16. — P. 386-405.

34. *Eisenhardt K. M., Santos F. M.* Knowledge-Based View. A New Theory for Strategy? // Pettigrew A. et al. (eds) Handbook of Strategy and Management. — London : Sage publications, 2002.

35. *Ghoshal S., Moran P.* Bad for Practice. A Critique of Transaction Cost Theory // Academy of Management Review. — 1996. — Vol. 21. P.13.

36. *Penrose E.* The theory of growth of the firm. N.-Y., 1959.

37. *Post J. E.*, *Preston L. E.*, Sachs S. Redefining the Corporation. Stakeholder Management and Organizational Wealth. — Stanford, 2002.

38. *Schwartz M. S.*, *Carrol A. B.* Corporate social responsibility. A three-domain approach // Business Ethics Quarterly. — 2003. — №13 (4). — P. 503-530.

39. *Winter S.* On Coase, competence and the corporation // Journal of Law, Economics and Organization. — 1988. — No 4. P. 163-180.

УДК 330.8

ключевые слова: теория фирмы, теория стратегического менеджмента, «управленческое расширение» теории фирмы; теория фирмы, основанная на знаниях, концепция теории фирмы, основанная на корпоративной социальной ответственности