

УДК 658.5

ЭВОЛЮЦИЯ И МОДЕРНИЗАЦИЯ ТЕОРИИ ПРЕДПРИЯТИЯ*

© 2004 Г. Б. Клейнер

ЦЭМИ РАН

«После десятилетий пренебрежения экономика вновь сфокусировала свое внимание на центральной роли фирмы в организации производства», — отмечал в 1996 году Пол Милгрэм (The Economic Nature..., 1996). Такая фокусировка более чем своевременна. Происходившие в последние полтора десятилетия в экономике события, в том числе в странах с транзитной экономикой, а также развитие самой экономической теории с очевидностью продемонстрировали как необходимость реструктуризации самих предприятий и их нормативно-правовой среды (процесс, активно развивающийся в постсоциалистических странах), так и всего массива дескриптивных и нормативных знаний относительно предприятий. Существующие варианты теории предприятия оказались не способными ни убедительно объяснить и спрогнозировать поведение предприятий, ни предложить общепризнанные ориентиры для формирования нормативно-законодательной среды функционирования предприятий, ни обеспечить эффективные рекомендации конкретным предприятиям по достижению делового успеха. По нашему мнению, именно неэффективность и неадекватность теории фирмы является едва ли не самым мощным препятствием на пути мирового развития экономики.

Вместе с тем хорошо известна позиция ряда экономистов, согласно которой теория фирмы играет сегодня роль некоего пасынка в семействе современных экономических теорий. По их мнению, все лучшее, что было в этой теории, усвоено и трансформировано в теории промышленной организации (industrial organization или industrial economics), а сама фирма способна стать источником информации для экономической тео-

рии лишь в контексте рынка в целом. Как считают Д. Хэй и Д. Моррис, развитие теории организации промышленности можно рассматривать как следствие ряда значительных несоответствий и ошибок в теории фирмы (Хэй, Моррис, 1999).

По нашему мнению, теория фирмы обладает как самостоятельным предметом исследования, так и особым видением экономики в целом, а также аппаратом анализа. Каждое предприятие — это целый социально-экономический мир, который можно рассматривать как гомоморфный образ экономики в целом, и не поняв работу предприятия, мы не поймем функционирование экономики. Особое значение этот тезис имеет для России, где, перефразируя крылатую фразу Е. Евтушенко о поэтах, можно сказать, что «завод в России — больше, чем завод». В России большинство предприятий — это не просто товаропроизводители, а своеобразные «места обитания», мини-города, в которых человек (работник) проживает обычно значительную часть своей жизни, где он находит друзей, любимых, реализует свои социальные устремления¹. Особая роль предприятия входит в число основных специфических особенностей экономики России. Эта специфика заставляет думать о необходимости введения стран-

¹ Можно предложить следующие этимологические соображения, касающиеся аналогии «завод — город». Слово «город» происходит от понятия ограждения, огорода, обособляющего данную территорию. Достаточно обозначить границу, «огород», и город начинает развиваться. Слово «завод» также можно трактовать как некоторое территориальное обособление совокупности каких-то сущностей (предметов, людей). Здесь, однако, в отличие от смысла слова «город», подчеркивается действие некоторой внешней силы, которая как бы осуществляет этот «завод». Это означает, что для функционирования «завода» необходим некий первоначальный толчок, импульс, в то время как для «города» он не требуется.

* Работа выполнена при поддержке РГНФ, проект № 03-02-00058.

вых компонент и в фундаментальную теорию предприятия, и в фундаментальную теорию промышленной организации.

Предметом настоящей статьи является анализ развития теории предприятия и некоторая попытка ее модернизации на базе синтеза различных направлений теории в рамках так называемой системно-интеграционной парадигмы. Следует подчеркнуть, что сопоставительный анализ различных теорий фирмы остается по-прежнему актуальной задачей, о чем свидетельствует, например, появление сравнительно недавних работ классиков данного направления Г. Демсеца (Demsetz, 1997) и Йенсена (Jensen, 2001). В качестве примера попыток такого синтеза можно указать также на работу Н. Фосса, посвященную синтезу институциональной и информационной теорий фирмы (Foss, 1996). Козиде и Ллерены, интегрирующую эволюционный, когнитивный и информационный подходы (Cohendet, Llerena, 1998) и др.

Вначале целесообразно уточнить терминологию. Под предприятием будет пониматься конкретная организация, осуществляющая систематическое производство товаров или услуг для реализации их за рамками организации и воспроизводство ресурсов. Под теорией предприятия (в другой терминологии – вариантом теории) будем понимать концепцию, описывающую факторы и характер одного или нескольких процессов, протекающих на предприятии или реализующих взаимодействие предприятия или его составляющих с внешней средой.

В табл. 1 представлены основные (наиболее известные из литературы) варианты теории предприятия (в другой терминологии – основные теории предприятия). Для каждого варианта приводится краткая аннотация, характеризующая, главным образом, ракурс рассмотрения предприятия в данном варианте. По существу этот ракурс определяется ответом на вопрос «что» и «как» делает предприятие; это определяет взгляд на функционирование предприятия. Кроме того, для каждой теории дается формулировка «портрета» предприятия, т.е. видения предприятия в данной теории, а также указывается репрезентативная публикация. В качестве таковой обычно фигуриру-

ет наиболее известная (но не обязательно пионерская) работа, в которой описан данный вариант. Последовательность позиций в таблице синхронизирована с датой появления данной публикации¹.

Анализируя представленные в таблице варианты теории предприятия, можно сделать две группы выводов. Первая относится к классификации и группировке теорий по их содержанию, вторая – к процессу их появления.

1. Варианты теории предприятия естественно разбиваются на группы, для каждой из которых характерно свое видение или портрет предприятия. Традиционно выделяется группа неоклассических теорий – максимизация прибыли, выручки, зарплат работников или менеджеров, размеров, стоимости предприятия. По нашему мнению, такие теории можно было бы объединить термином «целевые» или, точнее, «одноцелевые», поскольку они признают наличие у предприятия постоянной цели, достижением которой можно объяснить принимаемые решения и их реализацию (обоснование такой точки зрения можно найти, напр., в (Jensen, 2001)). Вторая крупная группа – институциональные теории: контрактная, прав собственности, «принципал – агент». Для них характерно признание тех или иных институтов в качестве не просто ограничения, но движущей силы поведения агентов. Третья группа объединяет теории, где поведение и состояние предприятия считаются следствием его положения в той или иной популяции: эволюционную теорию, теорию позиционирования. Для общего наименования таких теорий можно использовать, по аналогии с характеристикой одного из видов итальянской комедии, термин «теория положения»². Четвертую группу составляют

¹ Мы отдаем себе отчет в условности как самого списка вариантов, так и описания каждого из них, в том числе – субъективного, возможно, выбора репрезентативной публикации. Фактически каждое описание относится к некоторому стилизованному варианту теории. Вместе с тем представленная структуризация необходима для классификации вариантов теории фирмы и анализ тенденций их появления.

² Эволюционная теория может быть отнесена к данной группе, поскольку в ней предполагается, что механизмы изменчивости состава рутин индуцируются появлением предприятия в ходе конкуренции с другими агентами – частыми популяциями.

Основные варианты теории предприятия

№ п/п	Наименование теории	Аннотация теории	«Портрет» предприятия	Репрезентативная публикация
1	2	3	4	5
1.	Максимизации прибыли	Предприятие производит и реализует продукцию, привлекая ресурсы в количестве, максимизирующем разность между выручкой и затратами	Производственная функция	Marshall, 1919
2.	Предпринимательская (шумпетерианская) теория	Используя кредиты, руководимое предпринимателем-новатором предприятие создает новую комбинацию факторов для производства нового продукта, освоения нового рынка или внедрения новой технологии. Руководимое предпринимателем-имитатором предприятие использует инновации в конкурентной борьбе	Производственная функция, генератор новаторских или имитаторских предпринимательских инициатив	Shumpeter, 1934
3.	Контрактная теория	Основной деятельностью предприятия является заключение и выполнение контрактов между предприятием и его внутренними (работники) и внешними (партнеры) контрагентами (соответственно трансакционные и отношенческие контракты), а также мониторинг и контроль за выполнением этих контрактов. Соотношение между уровнем трансакционных и административных издержек определяет границы предприятия	Совокупность контрактов между предприятием и внешними и внутренними контрагентами	Coase, 1937
4.	Максимизации выручки	Предприятие производит и реализует продукцию, привлекая ресурсы в количестве, максимизирующем выручку от ее реализации	Производственная функция	Baumol, 1958
5.	Максимизации стоимости фирмы	Предприятие ведет хозяйственную деятельность, ориентируясь на увеличение рыночной стоимости предприятия	Генератор денежных потоков (затрат и финансовых результатов)	Modigliani, Miller, 1958
6.	Теория самоуправляемой фирмы	Предприятие ведет хозяйственную деятельность, реализуя компромисс между максимизацией совокупной оплаты труда каждого работника и сохранением занятости	Производственная функция, функция совокупной оплаты труда работника	Ward, 1958
7.	Когнитивная теория	Предприятие ведет хозяйственную и познавательную деятельность, используя знания и умения (в том числе коллективные, личные, явные и неявные) в качестве одного из ресурсов. Способности предприятия к познанию в каждый период ограничены	«Дузт» из производственной функции, отражающей процесс использования ресурсов, в том числе когнитивных, для производства продукции, и функции воспроизводства знаний. Внутренняя сеть генерации и хранения знаний	Polanyi, 1962
8.	Максимизации темпа роста фирмы	Предприятие производит и реализует продукцию, привлекая ресурсы в количестве, максимизирующем долгосрочные темпы роста активов и ресурсов предприятия	Производственная функция	Marris, 1963
9.	Поведенческая теория	Предприятие ведет хозяйственную деятельность и в каждый период реализует цели конкретного участника управляющей коалиции, ориентируясь на приемлемый уровень достижения целей и применяя для решения возникающих проблем либо рутину, либо процедуры субъективного поиска	Коалиция неравноправных участников, преследующих различные цели и действующих в условиях внешней неопределенности	Cyert, March, 1963

1	2	3	4	5
10.	Теория X-эффективности	Предприятие производит и реализует продукцию, привлекает доступные для него ресурсы, организует функционирование системы внутрифирменной мотивации работников	Производственная функция, учитывающая факторы внутрифирменной и внешней мотивации	Leibenstein, 1966
11.	Максимизации полезности менеджера	Предприятие производит и реализует продукцию, привлекая ресурсы в количестве, максимизирующем совокупный доход управляющего, а также относительный и абсолютный объем его полномочий	Производственная функция	Williamson, 1967
12.	Эволюционная теория	Осуществляя хозяйственную деятельность, предприятие реагирует на изменения внешней среды в соответствии с отбираемым и наследуемым комплексом правил (рутин), играющим роль генотипа. Одновременно предприятие является членом популяции агентов, занятых конкурентной борьбой за потребителя или иные источники доходов, что приводит к отбору и закреплению соответствующих рутин	Совокупность рутин, социально-экономический генотип	Nelson, Winter, 1973
13.	Теория корпоративной культуры	Предприятие ведет конкурентную хозяйственную деятельность, принимает решения, получает и перерабатывает информацию на основе общности комплекса базовых ценностей, убеждений, оценок, способов истолкования новой информации и исторических фактов, стиля, характерного для данного предприятия. При этом реализуется компромисс между интересами и оценками различных внутри- и внефирменных акторов	«Корпорация не обладает культурой. Корпорация и есть культура» (Weick, 1995)	Rhenman, 1973
14.	Теория управления поведением исполнителя ("принципал - агент")	Предприятие ведет хозяйственную деятельность под руководством управляющего, интересы которого и склонность к риску отличны от соответствующих характеристик акционеров, а информированность об условиях и характере этой деятельности выше, чем у акционеров	Совокупность цепочек «принципал—агент», передающих установки и распоряжения «принципала» «агенту», преследующему собственные цели	Jensen, Meckling, 1976
15.	Политическая теория (теория власти)	Функционирование предприятия определяется решениями, принимаемыми в результате переговорного процесса между членами ограниченной группы находящихся в определенных взаимоотношениях "центров власти" на предприятии.	Структура распределения и концентрации власти на предприятии	Pettigrew, 1977
16.	Теория позиционирования (в отрасли, на территории, в административном пространстве)	Результаты деятельности предприятия определяются занимаемой им позицией в отрасли; в городе; по отношению к местной или федеральной администрации	Точка в отраслевой (территориальной, административной) системе координат	Porter, 1980 (роль отраслевого позиционирования)
17.	Теория прав собственности	Границы предприятия формируются в зависимости от соотношения между рисками и доходом владельца остаточных прав на результаты производства, а также специфичности активов предприятия.	Активы, находящиеся в совместной собственности владельцев, и работники, заключившие с предприятием неполные контракты найма.	Hart, Grossman, 1986
18.	Информационная теория	Главным в деятельности предприятия считается получение и переработка информации, а также использование ее в процессе производства. Предприятие организует свою деятельность так, чтобы минимизировать (в том числе путем специализации) стоимость обработки новой информации и внутреннего распространения этой информации	Коллективная система получения, создания, накопления, внутреннего распространения, переработки и передачи социально-экономической информации	Aoki, 1986

теории, апеллирующие к интересам, психологии, поведению тех или иных лиц или групп внутри или около предприятия («социальные теории»): политическая, X-эффективности, поведенческая, предпринимательская, максимизации полезности менеджеров, самоуправляемой фирмы. Наконец, пятая группа акцентирует внимание на роли в функционировании предприятия состояния тех или иных сред, как заполняющих внутреннее пространство предприятия, так и распространяющихся вне его границ («средовые теории»). Таковы информационная, когнитивная, культурная теории предприятия. Однако по нашему мнению к средовым теориям следует относить и все теории институциональной группы, поскольку эти теории опираются на те или иные структуры институтов, существующих внутри предприятия и поддерживаемых соответствующими внешними структурами. При этом если рассматривать совокупность действующих внутри и вне предприятия институтов во всей ее полноте, учитывая «кустовой характер» институтов, их тесную взаимосвязь и взаимопроникновение (см. Гребенников, Клейнер, 2003), то институциональное пространство целесообразно рассматривать не как дискретное множество индивидуализированных элементов, а как среду. Поэтому на верхнем уровне классификации остаются следующие четыре группы:

- целевые теории,
- теории положения,
- социальные теории,
- средовые теории.

Конечно, предложенное деление в определенной степени условно. Так, предпринимательская теория в шумпетерианском варианте опирается, с одной стороны, на особенности руководителя фирмы как личности (новатор, имитатор и т.п.), с другой — на положение фирмы в конкурентной среде. Вместе с тем такая структура позволяет выделить фокусные факторы, выделяемые той или иной теорией в поведении предприятий.

В получившейся структуре можно обнаружить определенную логику. Несомненно, что каждое предприятие имеет целевую сферу (это не обязательно единая и долговременная цель, скорей, это притязания, на-

мерения, планы и т.п.); наполнено определенной внутренней средой и занимает определенное положение во внешнем мире. Кроме того, предприятие — это работники, менеджеры, акционеры, так что выделение теорий, признающих в качестве основного социальный (человеческий) фактор, в самостоятельное направление является естественным.

Различие в теориях связано, во-первых, с вариантами спецификации каждой из указанных четырех сфер, во-вторых, с оценкой влияния на деятельность предприятия и, в третьих, — теми или иными предположениями относительно самостоятельности этой сферы (экзогенности). Так, группа неоклассических теорий выделяется тем, что признает целевую сферу предприятия, во-первых, состоящей из одного элемента (например, в ортодоксальном варианте — цели максимизировать прибыль), во-вторых — оказывающей исключительное влияние на принятие решений, в третьих — не зависящей от его положения и состояния. Отметим, что теория корпоративной культуры, наоборот, признает эндогенность целеполагания, указывая одновременно на связь формирования целей с культурными особенностями предприятия.

Важно отметить еще одно отличие обобщенных групп теорий — с точки зрения используемого аппарата. Целевые (неоклассические и подобные им) теории носят *количественный* характер, поскольку результаты деятельности предприятия (степень отклонения от цели) фиксируются в количественных шкалах. Подобный же характер имеют теории положения. Что же касается социальных и средовых теорий, то для описания состояния предприятия и его элементов здесь используются различные *качественные* шкалы. Это связано с объективными характеристиками видения предприятия в этих теориях.

2. Если рассмотреть хронологию появления вариантов, считая год публикации репрезентативной статьи в качестве (разумеемся, условной) даты «публичного рождения», то окажется, что представители каждой из четырех групп (целевые, социальные, позиционные, средовые) развиваются путем дифференциации на всем протяжении

XX века. Так, в 20—30-е годы XX века активно развивается неоклассическая целевая теория, положено начало институциональному направлению, а шумпетерианская теория предпринимательства представляет одновременно и социальное и позиционное направление. По сути дела ростки всех направлений взойшли уже к середине XX века. В дальнейшем каждое из этих направлений поочередно ветвится вплоть до 1990-х годов. Вместе с тем до начала 1960-х годов преобладающими были исследования, основанные на целевых подходах. Начиная с 1960-х годов набирают силу одновременно два процесса: существенное расширение ракурса и усиление избирательности теоретической точки зрения на предприятие. Возникает максимально объективистская из имевшихся теория Сайерта и Марча, на существенные лакуны традиционного максимизирующего подхода обращает внимание Х. Лейбенстайн, концепция неявных и неотделимых от субъекта знаний как фактора производства представляется в работе М. Поланьи. Можно сказать, что период 1960 годов характеризовался проникновением своеобразного агностицизма в теорию предприятия. На предприятиях выявлялись все новые и новые «уголки», куда, так сказать, не ступала нога человека — исследователя и теоретика.

В течение следующего десятилетия обнаруженные пробелы пытались закрыть авторы теорий, более пристально вглядывавшиеся внутрь предприятия. Развивалась эволюционная теория, ищущая факторы будущего развития в истории предприятия; концепция «принципал — агент», высветившая особенности взаимоотношений акционеров и менеджеров и предложившая рецепты по их упорядочиванию; политическая теория, сконцентрировавшая внимание на неравномерности распределения властных полномочий (и параллельно — ответственности) в структуре заинтересованных лиц. Разумеется, эти концепции не могли полностью осветить все «закоулки» лабиринта, которым по сути является практически каждое предприятие, и средовые теории, прежде всего, культурная, возникли как своеобразные заполнители теоретических пустот.

В 1980-е годы наиболее активно стали развиваться институциональные теории, в частности теория прав собственности. Другие ветви институционализма также находили себе применение в описании деятельности предприятий. Естественным дополнением к институциональным теориям, где институты рассматривались как средства уменьшения неопределенности будущего развития, стали информационные концепции.

К началу последнего десятилетия XX века теория предприятия оказалась лицом к лицу перед существенными проблемами, вызванными как внутренней логикой развития, так и внешними обстоятельствами. Не предсказанные теорией корпоративные проблемы и даже скандалы, имевшие место в последнее десятилетие в самых разных странах, стали своеобразными вызовами теории предприятия. Адекватно ответить на эти вызовы мешали три основные проблемы существующей теории: несистемность (слабая связанность между собой) имеющихся вариантов; неполнота охвата деятельности предприятия; статичность.

Проблема несистемности состоит в том, что ни одна из перечисленных в таблице теорий не рассматривает предприятие как целостную систему, а средства комплексирования различных вариантов теории не предусматриваются их создателями. Нельзя сказать, что каждая из теорий «не видит» остальных. По сути дела многие из них весьма тесно связаны (о связи, скажем, теории прав собственности и X-эффективности см., напр.: De Alessi, 1983), а некоторые с помощью эквивалентных переформулировок допускают даже прямое «наложение» одной на другую. Тем не менее, фокусные объекты внимания в каждой из теорий различны. Можно сказать, что разные варианты теории предприятия некоторым образом «видят» друг друга, но слабо «видят» предприятие в целом, *фокус* исследования как бы затеняет *объект* исследования. Используя медицинские термины, можно утверждать, что периферическое зрение у разных вариантов теории присутствует, в то время как панорамное зрение — нет.

Таким образом, основной вывод из анализа структуры вариантов теории фирмы состоит в том, что ни один из ставших «клас-

сическими» в XX веке вариантов не отражает целостность предприятия в экономическом пространстве и времени. Пространство вариантов теории предприятия лакунарно.

Проблема неполноты выражается во фрагментарности теорий. Неполнота теории фирмы мешает рассмотрению предприятия как относительно самостоятельной системы, имеющей внутренние закономерности и особенности.

Статичность имеет две ипостаси. С одной стороны, не всегда достаточно обоснованным выглядит деление характеристик внутрифирменных процессов на эндогенные и экзогенные (входные и выходные). В результате внутренняя среда предприятия предстает как в высокой степени анизотропная. С другой стороны, в имеющихся теориях не освещаются источники и закономерности эволюции состояния самих процессов.

В развитии теории фирмы в течение 1990-х — начала 2000-х годов можно отметить две тенденции. Первая реализует инерционный путь движения теории и представляет более глубокое осмысление и переформулирование сделанного ранее, а также некоторое развитие известных направлений, главным образом путем «переплетения» известных вариантов теории (см.: Foss, 1996; Cohendet, 1998). Более точный учет интересов стейкхолдеров и выявление новых путей их реализации на предприятии представляют одну из наиболее популярных задач данного направления модернизации теории фирмы. В рамках инерционного развития можно рассматривать и попытку модернизировать неоклассическую концепцию за счет включения производственного процесса (и, соответственно, производственной функции) в систему основных процессов воспроизводственного цикла на предприятии. Согласно (Клейнер, 2001) предприятие представляется как органичное сочетание трех основных экономических процессов: производства продукции (технологический процесс); реализации продукции (рыночный процесс) и инновационного воспроизводства использованных ресурсов и технологий (инновационно-репродуктивный процесс).

В связи с этим от «линейной» незамкнутой модели предприятия как преобразова-

теля ресурсов в продукцию, предлагаемой стандартной неоклассической теорией, целесообразно перейти к «круговой» замкнутой модели, отражающей (условно) цикл воспроизводства на предприятии. На рис. 1 взаимодействие трех основных процессов (производство продукции, ее реализация, воспроизводство ресурсов и условий производства) изображено в виде циклической круговой диаграммы, символизирующей целостность объекта.

Таким образом, взгляд на предприятие как принципиально анизотропную систему сменяется здесь ее более или менее изотропным рассмотрением, в каком-то смысле близким к средовому подходу.



Рис. 1. Предприятие как единство трех основных хозяйственных процессов

Соответствующая такому представлению модель предприятия должна включать, кроме традиционной скалярной или векторной производственной функции $y = f(x)$, отражающей процесс производства продукции в объеме y с использованием обобщенных ресурсов $x = (x_1, \dots, x_n)$, еще как минимум две зависимости. Первая — это скалярная «реализационная функция» $г = s(y)$, отражающая размер $г$ выручки от реализации произведенной продукции в объеме y (одним из представителей такого рода моделей здесь является модель Уайта (White, 1992, см. также: Клейнер, 1986). Вторая — «воспроизводственная» или «инвестиционная» векторная

функция $x' = v(r)$, отражающая распределение выручки от реализации r , образование прибыли и использование ее для восстановления на инновационной основе капитальных, трудовых и иных ресурсов в размере $x' = (x'_1, \dots, x'_n)$ (сюда относятся модели лаговых инвестиционных процессов, модели найма и увольнения персонала и др.). Такого рода модель, предложенная в 1973 г., может рассматриваться как шаг к целостности теоретического представления предприятия в рамках, заданных неоклассическим управлением.

Вторая тенденция развития теории в период 1990-х и начала 2000-х гг. связана с попыткой построения единой теории предприятия, обладающей свойствами системности, полноты и динамичности, за счет фундаментального пересмотра самой сущности предприятия как субъекта экономики, его прав, ответственности и места в системе взаимных ожиданий. Здесь мы имеем дело скорее не с модернизацией, а с коренным изменением подходов. Основным источником новых знаний о предприятии, стимулирующих развитие теории предприятия, стало более широкое и глубокое понимание роли предприятия в социально-экономической структуре общества. Понятие акционера (shareholder) окончательно уступило главенствующее место более широкому понятию заинтересованного лица (stakeholder). Кроме того, стало ясно, что связи «предприятие — окружающий мир» далеко не исчерпываются бинарными отношениями со стейкхолдерами и могут распространяться на фиксированную или неопределенную группу социальных или экономических субъектов, либо же носить средней характер (см.: Клейнер, 1998). Анализ функций, осуществляемых современными предприятиями в экономике, выявил, кроме стандартной товаропроизводственной, еще более десятка функций, имеющих конкретных заинтересованных потребителей в обществе и обеспечивающих нормальное функционирование экономики и социума (Клейнер, 2001).

Осознание принципиальной полифункциональности предприятия стало основой для разработки нового варианта теории фирмы, призванного сочетать системность, пол-

ноту и динамичность. Первое, что было принято во внимание — принцип субъектности предприятия. Если в традиционном понимании интересы предприятия рассматриваются как комбинация интересов тех или иных стейкхолдеров, то в новом подходе (так называемая интеграционная теория, см.: Клейнер, Тамбовцев, Качалов, 1997) реализуемые предприятием интересы не «распадаются» на интересы стейкхолдеров. Образуется, так сказать, «неразложимый остаток»; символизирующий притязания предприятия как самостоятельного субъекта (см. также: Пресняков, 2002). Предприятие в этой теории выступает как интегратор разнообразных материальных, финансовых, человеческих, информационных и других ресурсов, реализующий целостность экономики и общества. Интеграционная теория предприятия в сочетании с принципами системной парадигмы Я. Корнаи (Корнаи, 2002) была развита в системно-интеграционную теорию фирмы (Клейнер, 2002). Наконец, введение в контекст теории понятия события как самостоятельного производственного ресурса, изменяющего конфигурацию и возможности использования имеющихся ресурсов, привело к созданию системно-интеграционной и эвентуализированной теории предприятия (СИЭТ) (Клейнер, Пленарные доклады).

Изложим кратко суть данной теории, воспользовавшись структурой, предложенной в табл. 1. Предприятие в СИЭТ рассматривается как многомерная и полиструктурная система, реализующая указанные в таблице функции. Внутреннее пространство предприятия имеет культурные, институциональные, корпоративно-генетические составляющие, оказывающие влияние на когнитивные процессы, а также организационно-управленческую структуру и ее функционирование. Информация о функционировании других компаний и опыте собственной деятельности через познавательные механизмы оказывает постепенное воздействие на ментальные особенности участников и через них — на культурную среду и институциональную среду предприятия. Внутреннее наполнение предприятия может быть представлено в виде «слоеного пирога» или слоеной пирамиды, высота расположения слоя в которой зависит от того, насколько

легко предприятие может менять содержание данного слоя: нижние слои характеризуют медленно меняющиеся аспекты состояния, верхние — относительно быстро и легко меняющиеся факторы. В качестве относительно самостоятельных сфер («слоев», расположенных снизу вверх) представлены: ментальные особенности участников; культурная среда; институциональная среда; когнитивная среда и социально-экономический генотип; организационно-управленческая и технико-технологическая подсистемы; избираемые предприятием в качестве образца примеры поведения других предприятий; информация, извлекаемая предприятием из собственного опыта (рис. 2).

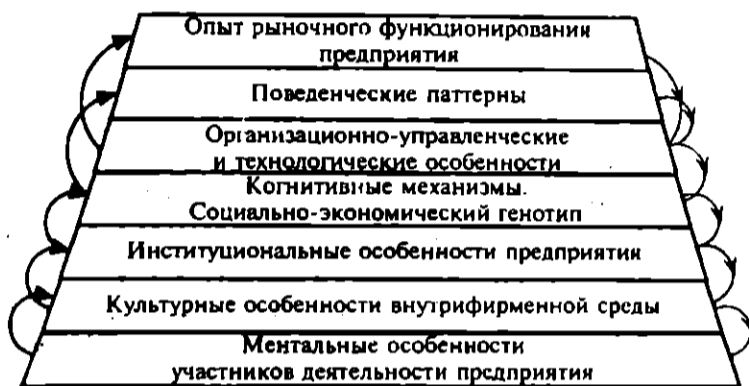


Рис. 2. Пирамида факторов, определяющих функционирование предприятия: левые жирные стрелки показывают влияние одного фактора на другой («производство» фактора). Правые тонкие стрелки показывают обратное влияние («воспроизводство» фактора)

Каждый слой является «работающим» в том смысле, что соответствует определенному процессу формирования (создания) тех или иных элементов внутреннего пространства предприятия: ментальный слой порождает «заводскую» модификацию мышления участников; культурный слой формирует корпоративную культурную среду; институциональный — систему внутрипроизводственных институтов; когнитивный — знания и рутины; организационно-управленческий и технико-технологический — товарную продукцию; поведенческие слои — базу данных и знаний относительно образцов чужого или собственного поведения. Результаты «производства» на каждом из уровней потребляются как на самом предприятии, так и во внешнем мире, так что предприятие является не только товаропроизводителем,

но и производителем культурных ценностей, институтов, знаний и т.д. Одновременно каждый слой участвует в «производственном» процессе расположенного выше слоя: ментальность служит фактором формирования культурной среды, культурная среда влияет на формирование институтов; те, в свою очередь, вместе с перечисленными факторами определяют особенности когнитивных механизмов и базы рутин; когнитивные механизмы позволяют осмыслить чужой опыт, который, в свою очередь, необходим для анализа собственного пути. Есть и обратная зависимость: каждый из слоев, кроме нижнего, участвует в процессе *воспроизводства* нижележащего слоя (так, социально-экономический генотип позволяет воспроизводить основу институционального пространства предприятия). При этом результаты влияния верхнего слоя на функционирование нижнего проявляются в виде кумулятивного лагового процесса с удлинением лага по мере перехода от верхних к нижним уровням. Результатом этого процесса, специализированного для каждого слоя в отдельности и подобного воспроизводственному циклу для предприятия в целом (рис. 1), является эволюция и модификация всего внутреннего пространства предприятия.

Кроме подсистем, перечисленных выше в качестве «слоев» пирамиды, на предприятии функционирует также система «корпоративных событий», которую можно представлять в виде перевернутой многослойной пирамиды, подобной пирамиде на рис. 2 (состав слоев такой же, как и в первой пирамиде). В верхнем слое размещаются события, центральным моментом которых является изменение в тех или иных аспектах поведения самого предприятия. Следующий уровень предназначен для событий, существование которых связано с функционированием других предприятий. Далее размещаются события, изменяющие организационно-управленческую или технико-технологическую систему предприятия и т.д. Самый нижний уровень занимают события, относящиеся к изменению ментальности участников производства. Таким образом, «густота» событий в каждом слое падает при движении по вертикали пирамиды сверху вниз. Возникновение событий носит случайный ха-

рактар, при этом каждое из событий становится катализатором изменений не только своего, но и (в разной степени) остальных слоев. Событие порождает некий вертикальный *вихрь*, вовлекающий в себя элементы как фундаментальных, так и функциональных слоев факторной пирамиды. В этом вихре происходит синтез элементов разных подпространств, в результате чего событие порождает собственную факторную «микропирамиду» подсистем, выступает (по отношению к предприятию, для которого данный факт является событием) как некий микрокосм, как система, в каком-то смысле подобная самому предприятию.

При исследовании конкретного предприятия событийная структура должна стать одним из главных объектов внимания. Идентификация событий может производиться с помощью опросов участников деятельности предприятия (работников, менеджеров, акционеров; в отдельных случаях — представителей контрагентов). Выявляется состав, «ядро» и последствия события, тем самым идентифицируется положение события: а) в структуре «слоев» пирамиды предприятия; б) в структуре системы прошедших и будущих событий (в том числе — частота, редкость, вероятность события с точки зрения респондентов). Формируется «событийная история» отдельных подсистем предприятия и предприятия в целом. Исследуется уровень влияния событий на отдельные подсистемы. Все это вместе позволяет совместить в единую модель событийную, процессную и организационную структуры предприятия.

По нашему мнению, развитие теории предприятия (фирмы) в следующем периоде будет идти в следующих наиболее актуальных направлениях:

1) расширение известных (классических) вариантов теории, прежде всего эволюционной, институциональной и культурной теорий — в первую очередь за счет включения *воспроизводственного контура*;

2) поиск и исследование *инвариантов предприятия*, характеристик, сохраняющихся на период жизненного цикла предприятия; «расшифровка генома» предприятия;

3) структуризация поля внутрифирменных институтов как алгебраической систе-

мы, исследование их *генезиса и эволюции*, моделирование взаимодействия с внешнефирменными институтами;

4) изучение *событийных структур* и закономерностей их взаимодействия с процессными и организационными структурами, развитие теории событий;

5) интеграция теорий и создание *единой теории предприятия*, синтезирующей известные подходы.

ЛИТЕРАТУРА

Клейнер Г.Б. Производственные функции: теория, методы, применение. М.: Финансы и статистика, 1986.

Клейнер Г. Механизмы принятия стратегических решений и стратегическое планирование на предприятиях // Вопросы экономики. 1998, № 9.

Клейнер Г.Б. Предприятие как фактор институциональной стабильности // Проблемы теории и практики управления. 2001. № 3.

Клейнер Г.Б. Экономико-математическое моделирование и экономическая теория // Экономика и математические методы. 2001. Т. 37, № 3 (в).

Клейнер Г.Б. Системная парадигма и теория предприятия // Вопросы экономики. 2002. № 10.

Клейнер Г.Б. Эволюция экономических институтов в России. М.: ЦЭМИ РАН, 2003.

Клейнер Г.Б., Смоляк С.А. Эконометрические зависимости: принципы и методы построения. М.: Наука, 2000.

Клейнер Г.Б., Тамбовцев В.Л., Качалов Р.М. Предприятие в нестабильной экономической среде: риски, стратегии, безопасность. М.: Экономика, 1997.

Корнаи Я. Системная парадигма // Вопросы экономики. 2002. № 4.

Пресняков В.Ф. Теоретические основы исследования фирмы // Вестник Государственного университета управления. Институциональная экономика. 2003. № 2(4).

Розанова Н. Эволюция взглядов на природу фирмы в западной экономической науке // Вопросы экономики. 2002. № 1.

Хэй Д., Моррис Л. Теория организации промышленности. СПб.: Экономическая школа, 1999.

De Alessi L. Property Rights, Transaction Costs, and X-Efficiency: An Essay in Economic Theory // The American Economic Review. Vol. 73, № 1 (Mar., 1983). P. 64—81.

Aoki M. Horizontal vs. Vertical Information Structure of the Firm // American Economic Review. 1986. Vol. 76, P. 971—983.

Cohendet P., Llerena P. Theory of the firm in evolutionary perspective: a critical development // Paper to the conference «Competence, Governance

and Entrepreneurship», Copenhagen, June 9–11th, 1998.

Cyert R.M., March J.G. A Behavioral Theory of the Firm. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1963.

Demsetz H. The Firm in Economic Theory: A Quiet Revolution // American Economic Review. 1997. Vol. 87. № 2, P. 426–429.

Foss N.J. The «alternative» theories of Knight and Coase, and the modern theory of the firm // Proceedings of the National Academy of Science USA. Vol. 91, P. 757–761.

Grossman S., Hart O. The Costs and Benefits of Ownership: A Theory of Lateral and Vertical Integration // Journal of Political Economy. 1986.

Jensen M., Meckling W. Theory of firm: managerial behavior, agency cost and capital structure // Journal of Financing Economics. 1976. Vol. 3, October. P. 305–360.

Jensen M.C. Value Maximization, Stakeholder Theory, and the Corporate Objective Function // Journal of Applied Corporate Finance. Vol. 14, № 3. Fall 2001.

Rhenman E. Organization theory for long-range planning. London: John Wiley, 1973.

Marris R. A model of the managerial enterprise // Quarterly Journal of Economics. 1963. 7. P. 185–209.

Marshall A. Principles of Economics. London. 1890; Industry and Trade. London, 1919.

Modigliani F., Muller M.H. The cost of capital, corporation finance and the theory of investment // The American Economic Review. 1958. V. 48, P. 261–297.

Nelson R., Winter S.G. Toward an Evolutionary Theory of Economic Capabilities // American Economic Review 63 (May 1973). P. 440–486.

Polanyi M. Personal Knowledge -- Towards a Post-Critical Philosophy, Routledge & Kegan Paul Ltd. London. 1962. P. 428.

The Economic Nature of the Firm. A reader. / Edited by Louis Putterman and Randall S. Kroszner. Cambridge University Press, 1996.

Shumpeter J. The theory of economic development. Cambridge. 1934.

Ward B. The Firm in Illyria: Market Syndicalism // American Economic Review. 1958. 48 P. 566–589.

Weick K.E. Sensemaking in Organizations. Thousand Oaks: Sage Publications, 1995.

Williamson O. The Economics of Discretionary Behavior. Chicago, 1967.

White H. Identity and Control. Princeton, N.Y.: Princeton University Press, 1992.