

М.А. ДЕРЯБИНА

Теория фирмы в оптике социально-экономического прогресса

В статье рассматриваются процессы эволюции фирмы как единицы предпринимательской деятельности. Анализируются теоретические подходы к объяснению феномена фирмы в экономике во взаимосвязи с общими направлениями социально-экономического прогресса. Из множества теоретических парадигм специально выделяются трактующие фирму как субъект рыночного обмена, как производственную функцию, как форму устойчивых социальных отношений, включая фактор человеческого капитала, как совокупность ресурсов, в том числе ресурсов знаний.

Ключевые слова: фирма, теоретическая парадигма, ценовой механизм, управленческие решения, ресурсы знаний, коалиция собственников.

The article examines the processes of evolution of the firm as the unit of business activity. Theoretical approaches to the explanation of the phenomenon of firms in the economy in conjunction with the General areas of socio-economic progress are examined. From a variety of theoretical paradigms are specially allocated those treating the firm as a subject of market exchange, as a production function, as a form of sustainable social relations, including the factor of human capital as a set of resources, including knowledge resources.

Keywords: firm theoretical paradigm, the price mechanism, management decisions, resources, knowledge, coalition owners.

Организационные основы предпринимательской деятельности постоянно развиваются и уточняются в рамках общего социально-экономического прогресса. Формы и типы экономической организации множатся в соответствии с интересом предпринимателя наиболее рационально организовать свою деятельность. Абсолютно преобладающей формой организации в рыночной экономике, как известно, стала фирма. Типология фирм как доминирующих организаций рыночной экономики, на которую опирается и теория фирмы, выделяет их основные формы, определяемые особенностями предпринимательства в условиях конкуренции [Эггертссон, 2001]. Конкурентными преимуществами, которые в ходе мирового экономического развития должна была обеспечивать организация, как правило, выступали различные способы снижения издержек. Как и раньше, в современной экономике такими способами являются, во-первых, правильный выбор технико-технологической (производственной) основы фирмы, а во-вторых, ее способ взаимодействия с другими субъектами рынка (рыночная кооперация и координация, методы обеспечения выполнения контрактов)¹.

¹ В указанной работе Т. Эггертссона называются фирмы в единоличном владении, товарищества, закрытые корпорации, открытые корпорации, финансовые компании на взаимных началах и некоммерческие организации. Более распространена классификация фирм по организационно-правовому признаку – индивидуальные предпринимательства, товарищества, общества (с ограниченной ответственностью и акционерные).

Снижение издержек предпринимательской деятельности для фирмы – сложносоставная задача, охватывающая многие аспекты, в том числе организационные. Так, в неоклассической экономической теории хорошо известно, что технико-технологическая основа производства, если она связана с экономией на масштабах, как правило, ведет к снижению удельных издержек. При этом основной физический капитал принадлежит фирме, и снижение издержек в значительной степени зависит от правильной организации производства и кооперационных связей. Иной вопрос – человеческий капитал. Для его эффективного использования необходима специфическая социальная организация фирмы, описываемая менеджериальными и ресурсными теориями (ресурс социальной целостности) [Лукша, Белоусенко, 2006]. Далее, асимметричность информации в сфере агентских отношений, как свидетельствуют неинституциональная теория и теория трансакционных издержек, неизбежно связана с издержками контрактных соглашений и не всегда может быть полностью учтена в организации вертикальных кооперационных связей в рамках фирмы. Современная фирма, особенно крупная, располагает и оперирует такими массивами информации, что требуется организация специальных подразделений по эффективному управлению во избежание существенных потерь из-за рассредоточенности и недостаточного учета стратегически важных данных.

Для анализа принципов и практики организации реального сектора экономики определяющим является институциональный аспект, а институциональная природа фирмы лежит в основе главных теоретических парадигм. И хотя методологической основой теоретического анализа могут выступать принципиально разные институциональные подходы, в большинстве случаев преобладают характеристики фирмы как автономной экономической единицы. Принципы формирования и теоретического объяснения фирм постоянно развиваются, меняются в зависимости от общего экономического прогресса и от конфигурации системы факторов, его определяющих. Из наработанного научной мыслью теоретического массива можно выявить следующие наиболее существенные подходы и проследить определенную эволюцию взглядов в оптике социально-экономического развития.

Фирма как субъект рыночного обмена

Неоклассическая теория традиционно трактует фирму как организационную форму преобразования ограниченных ресурсов в полезные блага. При этом сама фирма как автономно действующий субъект рынка конкретно является организацией с ресурсами на входе и выпуском на выходе. Цель фирмы в связи с этим – максимизация указанного выпуска, обычно в виде прибыли или рыночной стоимости. Предполагается, что рынок, на котором приобретаются ресурсы и на который поставляются произведенные блага, обладает определенными характеристиками – полнотой, совершенством и бесплатностью информации, рациональностью поведения субъектов и равновесной стабильностью цен. Таким образом, неоклассическая теоретическая парадигма трактует фирму в категориях оптимального экономического поведения. Считается, что фирма, опираясь на имеющиеся у нее возможности, способна сделать оптимальный выбор в рыночной конъюнктуре, теоретически адекватно реагируя на неизбежно возникающие изменения и ограничения. Для неоклассического объяснения фирмы принципиально важно, что процессы, протекающие в рамках самой фирмы (например, формирование и перестройка организационной структуры, внутрифирменное управление), в упомянутых характеристиках рынка формально хотя и признаются, но решающего значения не имеют. При трактовке фирмы в качестве экономически самостоятельного субъекта рыночного обмена принципиально то, что происходит на границе фирмы с внешней рыночной средой².

² Согласно неоклассической теоретической парадигме, все, что происходит внутри фирмы, в принципе идентично тому, что вообще происходит в процессе обмена. Фирма в такой трактовке рассматривается обычно как некий “черный ящик”, обеспечивающий искомый максимальный выход при минимальных затратах ресурсов.

Важным теоретическим вкладом неоклассической теории в объяснение фирмы, связанным именно с акцентом на рыночный обмен, следует считать введение таких ее характеристик, как право юридического лица и феномен ограниченной ответственности. Взгляд на фирму как на субъект рыночного обмена предполагает, наряду с прочим, выделение в качестве специфической черты категории предпринимательских способностей как ресурса производства [Marshall, 1920]. Возможен также подход, когда фирма рассматривается как частный случай рационального оптимизационного поведения индивида [Hicks, 1946]. Такое понимание и объяснение фирмы как автономной экономической единицы рынка насчитывает длительную историю, принадлежит практически всем направлениям экономического мейнстрима и приводится в большинстве учебников по экономике.

Фирма как производственная функция

Неоклассическое понимание фирмы тесно связано с ее трактовкой как производственной функции и в значительной степени компенсирует теоретический пробел содержания “черного ящика”. “Производственный” подход имеет свои определенные смысловые особенности. В этой трактовке фирма представляется прежде всего как форма организации не столько рыночного обмена, сколько комплекса техники и технологий, необходимых для производства определенных видов продукции или услуг, поставляемых на рынок. Этот подход традиционно обозначался как технологический детерминизм. Такое объяснение фирмы актуально для организации разработки, производства и эффективного вывода на рынок технологически сложной продукции³.

Технико-технологические преимущества фирмы, трактуемой как производственная функция, обеспечиваются возможностью эффективного выбора конкретных вариантов комбинации ограниченных ресурсов. Речь идет, конечно, об экономии и на масштабах производства, и на его разнообразии. Вместе с тем большинство направлений экономической теории не рассматривает технологический детерминизм в качестве самостоятельного, а тем более жесткого принципа устойчивой организации.

“Производственная” трактовка фирмы как в неоклассике, так и в институциональной теории, развивает идею о множестве производственных возможностей. Такое множество опирается не просто на комплекс изначально физически ограниченных материальных ресурсов, а на знания фирмы о том, как можно эффективно преобразовать имеющиеся у нее ресурсы, товары и услуги. Производственные возможности могут использоваться существующие на рынке в свободном доступе технические знания (реальный технический прогресс) – для фирмы своего рода экзогенный фактор. Но не менее важны и те знания, способности и возможности, которые позволяют фирме эффективно использовать имеющийся у нее потенциал, то есть знания как эндогенный фактор устойчивого существования (ключевые компетенции). Признание производственной функции в качестве одного из элементов теоретического объяснения фирмы как автономной экономической единицы может дополнять другие, более сложно выстроенные теоретические концепции.

Трактовка фирмы как автономной экономической единицы рыночного обмена, как известно, – основа неоклассического понимания микроэкономики. Фирма осуществляет трансформацию ресурсов в готовые блага, а рынок обеспечивает акты обмена. При этом реализуемая фирмой производственная функция предопределяет способ максимизации прибыли как целевой функции. В целом получается вполне стройная теоретическая конструкция. Однако использование ее в анализе реальных процессов микроэкономики обнаруживало недостаточность абсолютного доминирования тако-

³ Представление фирмы как производственной функции опирается на описываемую ею (функцией) зависимость между результатами производства и затраченными факторами. Имеется в виду, что производственная функция показывает соотношение между количеством затрачиваемых фирмой ресурсов в единицу времени (сырье, труд, капитал, земля, предпринимательские способности и т.п.) и количеством получаемой продукции за тот же период.

го подхода к трактовке фирмы, очевидную неполноту поля исследования. Проблема заключалась и в узости неоклассической трактовки целевой ориентации фирмы, особенно в процессе принятия стратегических управленческих решений, и в недостаточности стандартных аргументов при определении оптимальных размеров фирмы. Поэтому закономерно шел поиск иных теоретических моделей фирмы, восполняющих несовершенство неоклассических ее толкований.

Постепенное теоретическое переосмысление коснулось, в частности, одного из главных тезисов – максимизации прибыли как главной цели фирмы. Представление о фирме как безусловно рационально действующем субъекте микроэкономики, нацеленном на максимальную прибыль, трансформировалось в концепцию получения удовлетворительной прибыли. По существу, это теоретическая коррекция в пользу концепции *ограниченной рациональности*⁴. Вопрос целеполагания для фирмы ставится, соответственно, под иным углом зрения. На смену приоритету максимизации прибыли выдвигается тезис ее приемлемой (“удовлетворительной”) величины, выявляемой под давлением постоянно встающих перед фирмой сложных внешних и внутренних проблем и ограничений. Корректировке подверглась и сама идея максимальной прибыли как главного критерия рыночного успеха фирмы [Саймон, 1995; Baumol, 1962]. Альтернативой максимизации прибыли становится максимизация выручки от реализации продукции как показателя успешной деятельности на рынке и сохранения конкурентных позиций. Свидетельством утраты конкурентных преимуществ для менеджмента становится снижение объема продаж [Baumol, 1958]. В кризисных ситуациях цель “удовлетворительных” размеров прибыли вообще трансформируется в цель выживания.

Это направление теоретической мысли в целом оставалось в рамках неоклассической парадигмы, но корректировка меняла ракурс исследования. Анализ переводился в управленческий аспект. При этом фирма рассматривалась не как некая целостность (“черный ящик”), а как сложная структура, формируемая различными, в ряде случаев противоречивыми интересами [Cyert, March, 1963]. Менеджеральные и поведенческие теории исходят из того, что для управляющих, делающих конкретный выбор на конкретных рынках от лица фирмы, более значимы цели роста, развития и диверсификации бизнеса. При этом темпы роста объемов продаж и для собственников предстают более очевидными, чем собственно рост прибыли, который к тому же далеко не всегда можно точно уловить [Marris, 1963; 1966]. В долгосрочном периоде показатель роста продаж принято считать одним из лучших измерителей делового успеха. При этом диверсификация, связанная с расширением номенклатуры, помогает легче ориентироваться в условиях меняющегося спроса. Однако, как свидетельствует анализ в рамках менеджериальных теорий, управляющие могут легко “соскользнуть” с целей роста фирмы на цели выгоды для себя – зарплата, престиж, доля на рынке, позиционирование в управленческой вертикали [Baumol, 1959].

Фирма как единица устойчивых социальных отношений

Существенное теоретическое продвижение – трактовка фирмы “в человеческом измерении”. В такой трактовке она рассматривается как организация, объединяющая различных индивидуумов во всем разнообразии их ролей, взаимоотношений и интересов. Неоклассическая теоретическая традиция исходила из того, что индивидуумы, занятые в фирме, выступают в качестве либо собственников, либо наемных работников, к числу которых относятся и управляющие. “Человеческое измерение” предполагает более широкий подход к фирме как к автономной экономической единице, устойчивость которой обусловлена способностью эффективного удовлетворения потребностей и целей

⁴ Это лишь часть положений более широкой концепции ограниченной рациональности, включающей большой спектр ограничений человеческого поведения в реальных условиях по сравнению с неоклассическим рациональным. В свою очередь, теория ограниченной рациональности составляет важный сегмент теории поведенческой экономики [Капелюшников, 2013].

индивидуумов, а также раскрытию их возможностей. Поэтому основной акцент делается уже не на контрактные механизмы внешней рыночной среды, в которой находится фирма, а на “человеческие” факторы эффективности, действующие в рамках самой фирмы и создающие основу ее автономности изнутри [Лукша, Белоусенко, 2006]. Укорененная в мейнстриме теоретическая традиция методологического индивидуализма перестает быть прямолинейной, обогащается вариантами и нюансами “человеческого измерения”, различия в которых приводят к большему разнообразию организационных толкований. Вот пример теоретической коррекции. Известно, что сторонники менеджизма исходят из доминирующей роли управляющих в системе интересов в рамках фирмы и не исключают возможности полного расхождения интересов менеджеров и акционеров. А ортодоксальная неоклассика, напротив, традиционно исходила из изначального приоритета собственников в системе прав и интересов всей совокупности индивидуумов. Для теоретического объяснения природы фирмы данная антитеза, разумеется, не может быть достаточной.

Устойчивая экономическая автономность фирмы не может базироваться на простом доминировании интересов какой-то одной группы индивидуумов. Концептуально речь должна идти о постоянном внутреннем взаимодействии (торге) коалиций индивидуумов по интересам, в результате которого вырабатывается компромиссная позиция как внутри фирмы, так и в отношениях с внешней средой. Современная фирма, в особенности крупная, – коалиция не только собственников и наемных работников, но и более широкого круга формальных и неформальных заинтересованных лиц, например кредиторов, партнеров по производственной и хозяйственной кооперации, всех тех, кто способствует росту доходов и рыночной стоимости фирмы (стейкхолдеры).

Суть в том, что интегрирующим началом для внутреннего единства оказываются взаимодействия профессиональных и интеллектуальных потенциалов работников, присущие именно данной фирме. Это один аспект “человеческого измерения” подхода к фирме как к совокупности устойчивых социальных отношений. И с ним очень созвучна *поведенческая экономическая теория*, трактующая фирму как устойчивый комплекс человеческих групп с различными интересами, которые находятся в процессе постоянного взаимодействия, требующего согласования этих интересов и эффективного разрешения неизбежно возникающих конфликтов [Капелюшников, 2013].

Другой аспект “человеческого измерения” – трактовка фирмы как единицы функционирования человеческого капитала. Если человеческий капитал, как и всякий капитал, рассматривать как самовозрастающую стоимость, то для фирмы из всей совокупности его свойств следует особо выделить организационную способность, то есть способность сформировать фирму и как производственное, и как социальное единство. Не случайно поэтому человеческий капитал фирмы анализируется обычно в увязке с организационным капиталом [Мильнер, 2012].

В современной экономике человеческий капитал становится все более значимым фактором формирования организационных структур. Это понятно, когда речь идет о собственно креативных компаниях (сетевые, обучающиеся, интеллектуальные, виртуальные компании). Однако роль человеческого капитала стремительно возрастает и в реальных компаниях, опирающихся на его свойство самовозрастания, инвестиционную способность и включенность в отношения рыночного обмена [Мильнер, Орлова, 2013]. Уровень знаний, практические навыки, опыт и творческий потенциал обуславливают ценность для компании ее человеческого капитала. Устойчивые социальные отношения в рамках фирмы тесно связаны с рядом специфических свойств человеческого капитала. Так, человеческий капитал неотчуждаем от своего носителя и поэтому теряется для фирмы вместе с потерей этого носителя, будь то отдельный человек или же некая профессиональная общность. Далее, человеческий капитал накапливается и окупается в течение длительного периода времени, отдачу от него фирма получает по мере наращивания качественного уровня навыков, знаний и опыта. Со своей стороны, фирма вынуждена постоянно использовать человеческий капитал, ибо он не храним. Время, когда капитал не был эффективно задействован в интересах фирмы, упущено навсегда. Иначе говоря, для фирмы принципиально важен используемый человеческий

капитал как поток доходов, обусловленный произведенными инвестициями (самим индивидуумом и фирмой) [Нуреев, 2009]. При этом фирма, как и экономика в целом, нуждается в создании и использовании комплексного человеческого капитала всех типов – от капитала, достаточного для выполнения базовых рутинных производственных операций, до капитала высокой квалификации и творческого уровня [Плискевич, 2012]. И лишь в этом случае сформируется органическая связь между социальными отношениями в рамках фирмы и ее производственно-организационной структурой.

Фирма как совокупность ресурсов

Стремление дополнить анализ фирмы как агента отношений рыночного обмена анализом процессов внутри фирмы привело к появлению в конце XX в. известного ресурсного подхода. Ресурсная концепция объяснения фирмы как автономной организации базируется на весьма широком методологическом основании. Объяснение исходит из того, что фирма есть неделимый уникальный комплекс материальных и человеческих ресурсов, способный существовать только в качестве единого целого (“пучок ресурсов”) и только как таковое обеспечивать фирме прибыль и конкурентные преимущества [Penrose, 1980; Richardson, 1972]. При этом объяснение самого существования фирмы – ее способность генерирования и развития специфических ресурсов, не воспроизводимых для других участников рынка. Принципиально важно, что между материальными и человеческими ресурсами существует определенная грань – материальные активы можно купить или скопировать, тогда как человеческие ресурсы (человеческий капитал) генерируют доход за счет невозпроизводимых специализированных ресурсов знаний и компетенций.

Таким образом, фирма способна успешно выживать и развиваться в рыночной среде, в системе рыночного обмена лишь в той мере, в которой она способна генерировать, приобретать, поддерживать и развивать свои ресурсы [Pfeffer, Salancik, 1978]. Долгосрочное конкурентное преимущество фирме обеспечивают такие характеристики ее ресурсов, как ценность (высокая стоимость), редкость, невозможность точной имитации (копирования), отсутствие стратегически эквивалентных субститутов [Barney, 1991]⁵. В составе ресурсов знаний наиболее важны так называемые неcodифицируемые (“неявные”, по терминологии М. Поланы) ресурсы знаний, то есть не только теоретические, но и накопленные конкретные практические знания и навыки организации, обеспечивающие высокий уровень специфичности ее ресурсов [Polanyi, 1966]. Очень важно, что специфичность неcodифицируемого знания как ресурса организации может быть обеспечена только на уровне ее целостного коллектива, и носитель его – не отдельный индивидуум. Такое знание – ядро самого существования и жизнеспособности фирмы, обозначаемое как “ключевые компетенции”, неотделимые от нее. В этом смысле фирма может (и должна) рассматриваться как форма интеграции ресурсов знаний множества участвующих индивидуумов, позволяющая быстро адаптироваться к изменяющейся рыночной среде [Grant, 1996]. Реакция фирмы на эти изменения предполагает не только учет динамики рыночных обменов, но и непрямую реконфигурацию ключевых компетенций. Таким образом, ресурсная теория представляет фирму как совокупность агентов и ресурсов, объединенных в устойчивую целостность для совместной производственной и коммерческой деятельности [Лукша, Белоусенко, 2006].

Фирма как форма организации транзакций

Теория транзакционной природы фирмы играет важную роль в ее объяснении. Она оказалась применима в принципе к анализу любых автономных экономических организаций в системе рыночной координации любого типа. Ее возникновение было неизбежно, так как в когнитивном поле все более настойчиво проявлялась необходи-

⁵ Эти характеристики являются базовыми и типовыми для измерения ресурсов знаний организаций при создании ими стратегических альянсов и инновационных консорциумов.

мость все-таки понять содержание “черного ящика”, особенно происходящие внутри фирмы квазирыночные или нерыночные процессы. Знаковым событием в продвижении экономической теории в данном сегменте знания стала знаменитая статья Р. Коуза “Природа фирмы”, содержащая ряд фундаментальных толкований теории организации, актуальных вплоть до настоящего времени [Coase, 1937]. Для теории организации методологически важным было положение Коуза о том, что в рамках фирмы вытеснение механизма цен из системы рыночной координации и обмена следует считать главным отличительным признаком фирмы [Природа... 2001]. Институционалисты, таким образом, вплотную подошли к объяснению многообразия организационных форм в диапазоне от дискретного рыночного обмена до централизованной иерархической организации фирмы [Уильямсон, 1996].

Другое важное теоретическое следствие теории транзакционных издержек – выводимая из нее возможность трактовки фирмы как автономной экономической единицы на основе особых социальных отношений. В рамках фирмы эти отношения невозможно вывести из рынка и рыночных транзакций, они требуют выявления свойств индивидов и отношений между ними, обеспечивающих существование фирмы как целостности и работающих как своего рода социальный “клей” [Лукша, Белоусенко, 2006]. Как уже отмечалось, залог особой производительности фирмы и ее конкурентоспособности – те устойчивые отношения между работниками и те организационно-технологические схемы (координации и разделения труда), которые могут увеличить коллективный результат фирмы как целостности (в отличие от суммы результатов ее отдельных звеньев). Особая производительность, коллективный результат, достигается за счет организационно специфических знаний индивидов, получающих смысл и ценность только в рамках фирмы, внутри ее команды. Устойчивые конкурентные преимущества обеспечиваются за счет того, что коллективный ресурсный потенциал фирмы уникален, не может быть продан или скопирован, а полностью реализуется при замещении рыночных отношений на административно-организационные. Более того, обычные отношения рыночного обмена между участниками фирмы уже невозможны, так как используемые ими ресурсы знаний и навыков становятся коллективными и могут создаваться и накапливаться как таковые только внутри фирмы. Иными словами, интеграция в рамках фирмы разных индивидуумов с разными компетенциями обеспечивает эффект, который не может возникнуть просто в результате рыночного обмена между индивидуумами.

Институциональная теоретическая парадигма содержит различные варианты объяснения природы фирмы. Все возможные подходы при этом объединяет приверженность концепции транзакционных издержек. Трактовка фирмы как формы организации транзакций опирается на ряд теоретических допущений:

- фирма существует для минимизации транзакционных издержек деловых операций рыночного обмена. Поэтому фирма с ее иерархической формой рыночной координации возникает в ответ на высокие транзакционные издержки координации свободного рынка на основе ценового механизма;

- фирма является способом организации транзакций в условиях ограниченной рациональности экономических агентов, когда у них нет реальной возможности получить и переработать всю информацию о параметрах рынка. Информационные издержки к тому же могут оказаться слишком затратными. А в целом иерархическая форма рыночной координации позволяет фирме минимизировать издержки на управление и контроль;

- фирма представляет собой совокупность (переплетение) долгосрочных контрактов в отличие от более ограниченных по срокам контрактов сделок на открытом рынке. Отсюда вытекает фундаментальная дихотомия организации транзакций для предпринимателя – приобрести благо или ресурсы на открытом рынке или же произвести их самому в рамках фирмы.

Фирма, таким образом, оказывается формой минимизации издержек, связанных с деловыми операциями. Фирма как форма организации транзакций возникает тогда, когда издержки операций на свободном рынке становятся более высокими, чем при иерархической координации с помощью административных управленческих команд.

Фирма как коалиция собственников ресурсов

Неоклассическая трактовка фирмы (как производственной функции и субъекта рыночного обмена) становилась явно недостаточной для объяснения принципов организации реального сектора, особенно в условиях развитого индустриального общества. Соответствующий поворот в теоретических представлениях обозначился в рамках эволюционной и неонституциональной экономической теории. Рассматривая фирму как особую форму организации рыночных трансакций, эволюционный и неонституциональный подходы сосредоточили внимание на двух главных сторонах природы фирмы, выделяющих ее из общего контекста рыночных связей. Во-первых, фирма рассматривается в этой теоретической парадигме как совокупность (переплетение) долгосрочных контрактов между собственниками ресурсов (в отличие от стандартного ценового рыночного обмена). Во-вторых, как уже упоминалось, фирма в соответствии со своей природой вообще вытесняет рыночные связи на основе ценовых сигналов, поскольку на смену рыночному обмену приходят иерархические отношения, направляемые административными командами предпринимателя [Природа... 2001; Эгертссон, 2001].

Для понимания глубинных истоков организации предпринимательской деятельности необходимо прежде всего увидеть те мотивы, которые побуждают отдельных собственников ресурсов вступать в контрактные отношения между собой. Многообразные формы этих отношений позволяют, в сущности, выстраивать сложную сеть отношений рынка, начиная с простых сделок ценового обмена при купле-продаже вплоть до сложнейших долгосрочных договорных (контрактных) отношений. Собственник ресурса, или фактора производства, в результате заключения контракта с предпринимателем, нуждающимся в этом факторе, передает ему специально оговариваемые права пользования своим ресурсом (оговариваемая часть “пучка” прав собственника) в обмен на ту или иную также оговариваемую выгоду. После этого переданный ресурс становится управляемым со стороны предпринимателя и, что принципиально важно, перестает непосредственно реагировать на ценовые сигналы рынка. В свою очередь, совокупность управляемых ресурсов создает основу для предпринимательской деятельности, выстроенной как иерархическая система управленческих решений. Это и есть фундаментальная метаморфоза права собственника, которая лежит в основе организации фирмы как автономного субъекта экономики. Конфигурация автономных собственников с автономными правами собственности сменяется коалицией собственников ресурсов [Эгертссон, 2001].

Реакция на всевозможные изменения, происходящие на рынке, осуществляется уже в рамках фирмы. Задача предпринимателя состоит в том, чтобы найти необходимую для его целей комбинацию производственных и иных ресурсов, заключить контракты с собственниками этих ресурсов и создать такую их коалицию, которая позволяла бы эффективно снижать трансакционные издержки и получать прибыль. При этом любое необходимое перераспределение видов деятельности в рамках фирмы осуществляется уже на основе не перераспределения прав, а управленческих решений о том, как должны использоваться эти права.

Таким образом, объяснение фирмы как коалиции собственников ресурсов (в том числе и ресурсов профессиональных знаний и умений) предполагает анализ характера и структуры контрактов при формировании этой коалиции и внутри нее, то есть выявление и исследование контрактной природы фирмы. Объяснение природы фирмы как сети, сплетения контрактов – логическое продолжение и развитие теории ее трансакционной природы. О. Уильямсон, например, различает виды контрактов в зависимости от того, как конкретно предприниматель организует выполнение производственной функции фирмы [Уильямсон, 1996; Williamson, 1980]. По мере усложнения производственно-хозяйственной кооперации современного индустриального производства возрастающие трансакционные издержки ценового рыночного обмена заставляют заменять этот обмен (то есть сопутствующие единичные контракты) устойчивой коалицией собственников ресурсов. А преимущества такой коалиции заключаются как

в замене множества дорогих трансакций обмена на одну иерархическую структуру (фирму), так и в использовании фактора объединенных усилий участников коалиции, когда общий результат оказывается больше суммы индивидуальных вкладов каждого участника. Тесная долгосрочная кооперация различных ресурсов и видов деятельности нередко (но не всегда) требует формирования того или иного варианта общей собственности.

Как автономная экономическая единица фирма оформляется через коалицию собственников по ряду причин. Все они хорошо прописаны в неонституциональной теории. Так, различный уровень специфичности активов и связанная с этим возможность вымогательства требуют вертикальной интеграции (оформления производственной цепочки в фирму). Того же требует необходимость отсечения недоинвестирования (неисполнения обязательств по контракту) со стороны собственников специфических активов. Не менее важна и проблема адаптации всей производственно-хозяйственной цепочки к меняющимся условиям рынка. Ведь у каждого автономного собственника может возникнуть стимул в индивидуальном порядке пересмотреть условия контракта под влиянием изменений внешней среды. Наконец, необходимо более надежно исключить возможность отлынивания в случаях, когда сложно точно измерить вклад каждого работника в общий результат, и для этого организовать общее управление коллективным предпринимательским процессом [Уильямсон, 1996; Сторчевой, 2012].

Указанная фундаментальная метаморфоза прав собственности в права управления собственностью, происходящая в рамках фирмы, послужила основанием для достаточно мирного сосуществования ряда теоретических платформ, так или иначе трактующих природу фирмы [Тамбовцев, 2010]. Так, Коуз, как упоминалось выше, выводил смысл создания фирмы (предпринимателем) из более высоких издержек на рыночную координацию при принятии организационного решения, чем в рамках управленческой иерархии фирмы. Исходный смысл этих различающихся издержек подтвержден неонституциональной трактовкой фирмы, объясняющей организационную интеграцию через специфичность активов и оппортунистическое поведение.

Предпринимательские (менеджеральные) теории фирмы

Современные предпринимательские (менеджеральные) теории в объяснении фирмы делают специальный акцент на издержки когнитивных барьеров, когда предприниматель вынужден создавать фирму для реализации своих бизнес-идей. При этом он не имеет возможности опираться на “пучок” контрактов, так как участники рынка или не понимают, или не принимают его идеи [Zander, 2007]. Самое же примечательное состоит в том, что менеджеральные теории, исходя из совершенно иных предпосылок толкования природы фирмы, нежели неонституциональные трансакционные, приходят к сходным выводам и объяснениям. Так, объясняя единство фирмы через появление менеджеров и управленческой деятельности, эти подходы все-таки “выруливают” на совокупность контрактов, трактовку фирмы как сплетения, “пучка” контрактов. Объясняя структуру и границы фирмы через рыночные либо внутренние контракты, менеджеральные теории приходят к вариантам организации управленческих функций, опирающимся на известные стандартные типы производственно-хозяйственной интеграции [Сторчевой, 2012].

Проблемы организации в предпринимательских теориях фирмы закономерно увязываются с методами и инструментами управления. При этом характер координации и управления в рамках фирмы (а иногда и между фирмами, то есть на свободном рынке) зависит от использования трех главных инструментов. Во-первых, это зафиксированное право принятия решений как одного из существенных прав управления. Во-вторых, это создание и поддержание каналов коммуникации, необходимых для передачи знаний и управленческих сигналов. Наконец, в-третьих, это активизация поиска средств, необходимых для решения поставленных перед бизнесом задач. Как видим, предпринимательские теории не включают в систему объяснения необходимости соз-

дания фирмы в качестве значимых ни технологические, ни собственно экономические факторы [Тамбовцев, 2010]. Перспективный и методологически корректный современный вариант менеджериального подхода – теория фирмы в рамках так называемого стратегического менеджмента [Сторчевой, 2013].

Фирма как форма генерации и организации знаний

В системе традиционных понятий любой из ветвей экономического мейнстрима невозможно адекватно развернуть теоретическое объяснение большинства современных фирм. Требуется интегрировать в объяснение фактор генерации, распространения и использования знаний. Причины такого сдвига в расстановке теоретических акцентов очевидны. Во-первых, фирма как обособленный субъект экономических отношений, имеющий свою структуру и границы, лучше, чем свободный рынок, может организовывать накопление и координацию знаний. Кстати, сходные аргументы, если вспомнить, приводил и Коуз, объясняя преимущества фирмы в сравнении со свободным рынком с позиций трансакционных издержек. Во-вторых, и это еще более существенно, фирма как обособленная организация со своими интересами и возможностями способствует усвоению и развитию новых знаний, создаваемых индивидами, обеспечивает взаимоотношения между ними и интеграцию ресурсов экспертных знаний. Иными словами, фирма способствует преобразованию индивидуального уровня знаний в феномен, присущий организации в целом и входящим в ее состав группам (“надындивидуальность” знаний). На передний план выдвигаются отношения и взаимодействия между индивидами и их группами. Подобное объяснение до времени было вполне достаточным и могло вписаться практически в любую теоретическую парадигму, так как сосредоточивалось в основном на одном частичном срезе общего ресурсного подхода. В сущности, так и было в рамках неоклассической теории и методологического индивидуализма.

По-настоящему актуальной трактовка фирмы как средоточия ресурса знаний стала в условиях постиндустриальной экономики. Ее организационный строй, тенденции развития и изменений, критерии оценки деятельности, координация взаимодействия субъектов рыночных и иерархических отношений существенно отличаются от всего того, что традиционно описывала экономическая теория. Новая институциональная среда постиндустриальной экономики (и общества) сама по себе требует теоретического осмысления [Катуков, Малыгин, Смородинская, 2012; Мильнер, Орлова, 2013; Дерябина, 2013]. В новой расстановке теоретических акцентов предметом специального анализа неизбежно должны стать взаимосвязи фирмы и способов рыночной координации⁶.

Все известные теоретические концепции фирмы так или иначе включают в систему своих объяснений требования инновационной экономики. Так, упомянутый ресурсный подход получил дальнейшее развитие в концепции динамических способностей фирмы в качестве ответа на неопределенность, динамизм, многомерность связей и взаимоотношений и меняющуюся институциональную среду. Концепция динамических способностей как раз и была в наибольшей степени адаптирована к потребностям быстро меняющихся инновационных сегментов экономики.

По мере развития инновационной (постиндустриальной) экономики формируется и теория инновационной фирмы. Понятно, что речь идет не только о фирмах высокотехнологического сектора, но и об общих нормах организации экономики и фирм под воздействием курса на постоянные инновации и повышение эффективности [Бари-

⁶ Так, В.Тамбовцев указывает на механизмы координации, более эффективные именно для производства информации и знаний, чем сами по себе фирма или рынок. Даже не анализируя специально организационного строя постиндустриальной экономики, автор не мог пройти мимо возрастающего значения и неизбежности появления принципиально новых способов координации, выходящих за пределы как ценового обмена, так и иерархических отношений фирмы. Речь в конечном итоге идет о сетевой рыночной координации [Тамбовцев, 2010].

нова, 2012]. Значимость традиционных фирм реального сектора ничуть при этом не снижается, они остаются численно доминирующей организационной моделью индустриальной экономики.

В инновационной среде у фирмы появляются новые признаки. Это большая значимость информационно-коммуникационных технологий, высокая доля нематериальных активов. Знания оказываются не просто важным ресурсом, но перерастают в критически значимый фактор рыночного успеха и конкурентоспособности. Значимость интеллектуального капитала ведет к большей организационной открытости фирмы. С точки зрения ее внутренней организации, эта открытость и динамичность проявляются в высокой степени вовлеченности персонала в стратегию и текущую деятельность фирмы. С точки зрения внешних отношений в рамках рыночной кооперации фирма вовлекается в различные сетевые взаимодействия – инновационные альянсы и консорциумы, стратегические альянсы разных масштабов и организационной определенности [Кузнецова, Рудь, 2013; Барина, 2012]. В российской экономике уже отчетливо прослеживаются тенденции формирования новых инновационных структур, значимость которых для современной организации реального сектора в условиях его модернизации будет неуклонно возрастать. В этой связи повышается и значимость теоретического знания, необходимого для грамотной и современной организации управления.

Взаимодействие реального сектора с наукой (“соединение науки с производством”, хорошо известное в индустриальной экономике) в инновационной среде постиндустриальной экономики выводит на адекватные новым задачам организационно-управленческие решения применительно к фирмам. Наука, становясь все более мощным драйвером развития, формируя современные конкурентные компетенции фирмы, требует таких форм координации инновационной деятельности, которые просто невозможны ни в рамках даже очень крупных корпораций, ни в форме простого ценового обмена [Катуков, Малыгин, Смородинская, 2012; Дерябина, 2014]. Прорывные научные идеи, базирующиеся на них крупномасштабные инвестиционные проекты могут реализовываться только во взаимодействии и в сотрудничестве заинтересованных партнеров. Эта тенденция существенно меняет теоретическую концепцию фирмы, формируя так называемую теорию открытых инноваций [Сторчевой, 2013; Chesbrough, 2006]. В сфере инноваций, как и во многих других, фирме постоянно приходится решать вопрос, сосредоточить ли соответствующую деятельность в собственных организационных рамках или же выходить в сеть кооперационных партнерских отношений. К этому выбору фирму подталкивает не только высокая стоимость инноваций, но и просто невозможность охватить все необходимые сферы инновационной деятельности. Границы фирм и рынков становятся более проницаемыми, а предпринимательская ценность сетевых связей возрастает. Организационные решения при этом могут быть различными. Центральный инноватор может передавать базовую инновацию независимым партнерам, а может и приобретать разработки независимых партнеров и интегрировать их в свои продукты [Сторчевой, 2013].

Как видим, поступательное развитие теории фирмы постоянно обогащалось новыми элементами, дополнявшими и частично менявшими трактовку ее природы как автономной экономической организации. При этом научные споры и противопоставления, сопровождавшие теоретический дискурс многих десятилетий, в конечном итоге привели к накоплению позитивного научного знания о фирме как важнейшей экономической категории. Современная теория фирмы представляет собой многоаспектное знание, опирающееся на обширный массив концептуальных подходов различной степени разработанности и целевой направленности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Барина В.А.* Институциональные условия инновационного развития фирмы. М., 2012.
Дерябина М.А. Горизонтальная экономика: контуры управления // Вопросы экономики. 2013. № 7.
Дерябина М.А. Горизонтальные связи и сетевая координация в современной экономике //

Общественные науки и современность. 2014. № 1.

- Капелюшников Р.* Поведенческая экономика и “новый” патернализм // Вопросы экономики. 2013. № 9, 10.
- Катуков Д.Д., Малыгин В.Е., Смородинская Н.В.* Институциональная среда глобализированной экономики: развитие сетевых взаимодействий. Научный доклад. М., 2012.
- Кузнецова Т., Рудь В.* Конкуренция, инновации и стратегии развития российских предприятий (результаты эмпирических исследований) // Вопросы экономики. 2013. № 12.
- Лукиа П., Белоусенко М.* Экономическая организация на пути к синтетической теории // Вопросы экономики. 2006. № 2.
- Мильнер Б.З.* Теория организации. Учебник. М., 2012.
- Мильнер Б.З., Орлова Т.М.* Организация создания инноваций: горизонтальные связи и управление. М., 2013.
- Нуреев Р.М.* Россия: особенности институционального развития. М., 2009.
- Плискевич Н.М.* Человеческий капитал в трансформирующейся России. М., 2012.
- Природа фирмы.* М., 2001.
- Саймон Г.* Теория принятия решений в экономической теории и науке о поведении. Теория фирмы. СПб., 1995.
- Сторчевой М.А.* Теория фирмы и стратегический менеджмент // Вопросы экономики. 2013. № 1.
- Сторчевой М.А.* Экономическая теория фирмы: систематизация // Вопросы экономики. 2012. № 9.
- Тамбовцев В.Л.* Стратегическая теория фирмы: состояние и возможное развитие // Российский журнал менеджмента. 2010. Т. 8. № 1.
- Уильямсон О.И.* Экономические институты капитализма: фирмы, рынки, “отношенческая” контрактация. СПб., 1996.
- Эгертссон Т.* Экономическое поведение и институты. М., 2001.
- Barney J.* Firm Resources and Sustained Competitive Advantage // Journal of Management. 1991. Vol. 17. № 1.
- Baumol W.J.* Business Behavior, Value and Growth. New York, 1959.
- Baumol W.* On the Theory of the Expansion of the Firm // American Economic Review. 1962. № 52.
- Baumol W.* On the Theory of Oligopoly // *Economica*. 1958. № 25.
- Chesbrough H.W.* Open Business Models: How to Thrive in the New Innovation Landscape. Boston, 2006.
- Coase R.H.* The Nature of the Firm // *Economica*. New Series. 1937. Vol. 4. № 16.
- Cyert R., March J.G.* A Behavioral Theory of the Firm. Oxford, 1963.
- Grant R.* Toward a Knowledge-based Theory of the Firm // Strategic Management Journal. 1996. Vol. 17. № 3.
- Hicks J.R.* Value and Capital. Oxford, 1946.
- Marris R.* The Economic Theory of Managerial Capitalism. London, 1966.
- Marris R.* A Model of the “Managerial” Enterprise // Quarterly Journal of Economics. 1963. Vol. 77. Is. 2.
- Marshall A.* Principles of Economics. London, 1920.
- Penrose E.* The Theory of the Growth of the Firm. New York, 1980.
- Pfeffer J., Salancik G.* The External Control of Organizations: a Resource Dependence Perspective. New York, 1978.
- Polanyi M.* The Tacit Dimension. New York, 1966.
- Richardson G.* The Organization of Industry // Economic Journal. 1972. Vol. 82.
- Williamson O.* The Organization of Work: a Comparative Institutional Assessment // Journal of Economic Behavior and Organization. 1980. № 1.
- Zander I.* Do You See What I Mean? An Entrepreneurship Perspective on the Nature and Boundaries of the Firm // Journal of Management Studies. 2007. Vol. 44. № 7.

© М. Дерябина, 2015