Munich Personal RePEc Archive

From Theory of the Firm to the Strategic Management Theory

Kleiner, George

Central Economics and Mathematics Institute

January 2003

Online at https://mpra.ub.uni-muenchen.de/36655/
MPRA Paper No. 36655, posted 18 Feb 2012 14:00 UTC

Г.Б. Клейнер

ОТ ТЕОРИИ ПРЕДПРИЯТИЯ К ТЕОРИИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ*

Что производят в ранг событья -
покупку, возведенье стен,
внезапный холодок открытья
иль тихий день без перемен?
В. Рецептер

В статье предлагается один из возможных подходов к обоснованию структуры и содержания теории корпоративного стратегического менеджмента. Формулируются требования к теории предприятия, необходимые для использования ее в качестве базовой в структуре теории стратегического менеджмента, в том числе - требования полноты, системности и динамичности описания функционирования предприятия. Указываются пути преодоления статичности системно-интеграционной теории предприятия, развиваемой автором как целостной обобщающей концепции современного предприятия, за счет введения в структуру теории понятия *события* как кратковременного изменения, затрагивающего различные сферы и подсистемы предприятия. Раскрывается роль события как интегрирующего элемента в системе стратегического менеджмента. Обосновывается необходимость включения в комплексную стратегию предприятия раздела, посвященного стратегии управлением событиями.

Введение

Теория фирмы (или предприятия – мы в дальнейшем будем употреблять эти понятия как синонимы) как система взглядов на сущность, поведение и эволюцию предприятий, с одной стороны, и стратегический менеджмент как совокупность рекомендаций по организации процессов формирования, реализации и изменения стратегии предприятий с целью достижения делового успеха, с другой стороны, в учебной, а часто и в научной литературе выступают как разные направления исследований и относятся обычно к разным дисциплинам. Стратегическое управление предприятием развивается и излагается в учебной литературе главным образом как прикладная менеджериальная дисциплина, в то время как теория фирмы – как теоретическая. Между тем внутреннее содержание этих направлений определяет их общность и различие: 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 самого объекта, обращенное, однако, преимущественно в будущее. Таким образом, и в том и в другом случае мы имеем дело как бы с различными взглядами на один и тот же

* Работа выполнена при финансовой поддержке Российского гуманитарного научного фонда, проект № 03-02-00058а

объект, хотя различными при этом является не только период описания, но и цели, а также предпосылки построения этих моделей: если теория предприятия ориентирована на *объяснение* различных аспектов деятельности предприятия, то основной акцент стратегии направлен на *предсказание* будущего состояния предприятия.

Если теория фирмы как самостоятельного экономического агента интенсивно развивается в экономической и социологической науке по крайней мере в течении восьми десятков лет (хотя некоторые исследователи считают К. Маркса одним из ключевых авторов этого направления), теория стратегического управления как дедуктивная концепция и релевантная теоретическая база этого вида менеджмента активно развивается главным образом с начала 60-х годов прошлого века (см. [Катькало, 2002(а)]). Соответственно "возрасту" различна и степень проработанности и глубины теорий. Недостаточно четко проработана и концепция взаимодействия этих теорий.

Дальнейшее развитие обоих направлений должно быть основано, по нашему мнению, с одной стороны, на более четкой дифференциации дисциплин, осознании тонких отличий в соответствующих базисных теориях, с другой - на взаимной координации и взаимном обогащении этих направлений. При этом теория предприятия, соответствующим образом развитая, должна стать основой и для теории стратегического управления, и для выработки рекомендаций по текущему управлению предприятием. Для этого необходимо не только иметь достаточно разнообразный спектр вариантов этой теории, но также разработать систему идентификации и классификации вариантов, создать единое и общепризнанное "координатное пространство", охватывающее все известные и потенциально возможные варианты теории предприятия. Кроме того, поскольку стратегический менеджмент рассматривает комплексную стратегию предприятия и фокусирует свое внимание на деятельности предприятия как целостного объекта, лежащая в его основе теория фирмы должна также формироваться на основе синтетического подхода к предприятию как целому (задача построения "единой теории фирмы" обсуждалась в [Фавро, 2000; Попов, 2002, Розанова, 2002, Клейнер, 2002 и др.]).

Нельзя не отметить значительного разнообразия концепций, представляемых в литературе под названием "теории фирмы". Словосочетание "теория фирмы" используется сейчас в экономической литературе в двух основных смыслах: с одной стороны - как обозначение всей научной дисциплины, с теоретических позиций изучающей деятельность предприятий (компаний, корпораций и т.п.), с другой – как конкретная система взглядов, объясняющих природу, поведение, эволюцию или другие аспекты функционирования предприятий той или иной группы. Такими группами могут быть множества предприятия той или иной отрасли экономики, организационно-правовой формы, определенного размера, структуры распределения собственности и т.п. В последнее время появились даже предложения рассматривать в качестве теорий фирмы и систематизированные представления о внутренних особенностях и внешней среде отдельных предприятий, например, "General Motors", "Балтика" или "ЛУКОЙЛ" [Drucker, 1994; Дементьев, 2002 (б); Друкер, 2002; Мезоэкономика…, 2001; Перегудов, 2003].

При этом в качестве самостоятельных "теорий фирмы" предлагаются довольно разнородные модели как теоретического (аксиоматического), дедуктивного, так и эмпирического, индуктивного характера, использующие

различный аппарат и относящиеся к самым различным сторонам внутренней или внешней деятельности предприятия. Скажем, "контрактная теория фирмы" концентрирует внимание на начальных условиях включения работников в состав персонала и выполнения ими своих функций; "неоклассическая теория фирмы" акцентирует функции фирмы как преобразователя ресурсов в продукты; "теория Х-эффективности фирмы" Х. Лейбенстайна – на факторах производительности труда, теория "принципал – агент" - на взаимоотношениях собственника и наемного менеджера и т.д.

По сути же дела ни одна из этих теорий (кроме, пожалуй, неоклассической) не претендует на полноту описания функционирования *фирмы* как таковой и в принципе – при строгом подходе к терминологии - не должна была бы называться "теорией фирмы". При таком подходе нет оснований называть теорией фирмы даже объединение этих и подобных им концептуальных или математических моделей, поскольку эти модели имеют мало общего между собой, не снабжены стыковочными "разъемами" и не предназначены для комплексирования с целью отражения многообразия деятельности предприятия. Кроме того, подавляющее большинство известных "теорий фирмы" носит принципиально статический или, в лучшем случае, "кинематический" характер, т.е. отражает кинетические особенности изменения параметров предприятия, не раскрывая причин этих изменений (исключением, возможно, станет "теория динамических возможностей", нацеленная на преодоление статичности рутин и определение факторов их эволюции [Teece, Pisano, Shuen, 1997; Катькало, 2003]; однако, как отмечает один из ее авторов, "концепция динамических способностей в значительной степени находится в начальной стадии разработки, и еще предстоит создать на ее основе теорию, поддающуюся эмпирической проверке [Тис, 2002]). Фрагментарность, несистемность и статичность моделей современной теории фирмы существенно ограничивают возможности использования их в качестве базы для реальных управленческих решений, в особенности для стратегического управления – сферы управленческой деятельности, где в системе представлений об управляемом объекте – предприятии – целостность и самоидентичность объекта неизбежно сочетаются с его изменчивостью и эволюцией.

Стратегический менеджмент как система управления[1] предприятием, основанная на разработке, имплементации, реализации и корректировке стратегии предприятия, заметим, сам по представляет собой одну из (по крайней мере потенциальных) функций предприятия и в этом качестве заслуживает самостоятельной теории. Эта теория должна представлять средства для описания процесса, характера и результативности менеджмента, выделять относительно независимые факторы управления и объяснять с их помощью его последствия. К сожалению, такая единая теория в достаточно общем виде тоже пока не разработана [Йеннер, 1997].

Таким образом, в идеале между теорией предприятия в строгом смысле этого словосочетания и теорией стратегического менеджмента должна существовать двусторонняя диалектическая взаимосвязь. Однако в реальности существующая теория предприятия не удовлетворяет требованиям, предъявляемым со стороны теории стратегического менеджмента (прежде всего, требованиям системности, полноты и динамичности), а последняя теория, в свою очередь, оставляет брешь в той части описании функционирования

[1] Мы в дальнейшем слова менеджмент и управление будем использовать как синонимы.

предприятия, где речь идет о влиянии стратегического менеджмента на деятельность предприятия.

В [Клейнер, 2002] был представлен опыт разработки основных положений теории фирмы, отвечающей принципам целостности, комплексности и системности описания предприятия (так называемая системно-интеграционная теория предприятия). В данной работе мы делаем следующий шаг в попытке создания теории предприятия, релевантной задаче построения теории стратегического менеджмента – вводим динамический аспект в системно-интеграционную концепцию фирмы. В структуру теории включается понятие *системного события* как объективной реальности и как артефакта и показывается роль "эвентуализации" теории предприятия и комплексной корпоративной стратегии. В ходе исследования уточняется формальная структура теории фирмы, предлагается один из возможных вариантов концепции ее взаимоотношений с теорией стратегического менеджмента, раскрывается концептуальное содержание теории стратегического менеджмента в свете системно-интеграционного подхода к исследованию и управлению предприятием.

1. В "мире" теорий фирмы

"После десятилетий пренебрежения экономика вновь сфокусировала свое внимание на центральной роли фирмы в организации производства", - замечал в 1996 году Пол Милгром [The Economic Nature, 1996]. Однако за последние годы само понятие фирмы (предприятия - мы будем употреблять эти слова как синонимы) диверсифицировалось, расширилось и утратило определенность, так что проведение водораздела между фирмой и рынком, с одной стороны; между фирмой и ее генеральным директором или владельцем с другой; между фирмой и сетевыми бизнес-структурами – с третьей; и, наконец, между различными фирмами, с четвертой, - становится весьма тяжелой задачей в экономической практике и предметом дискуссий в экономической теории (см., напр., [Nelson, 1994; Тис, 2002; Пресняков, 2003]).

Между тем реальная социально-экономическая политика, формирование нормативно-законодательной базы экономики, принимаемые на микро-, мезо- или макроэкономическом уровне решения основываются явно или неявно на тех или иных посылках относительно реакции предприятия, его внутреннего и внешнего поведения в тех или иных ситуациях, иными словами, на той или иной *теории предприятия*. Вместе с тем экономическая теория в данной сфере явно отстает от потребностей практики, предоставляя экономистам и аналитикам либо принципиально фрагментарные концепции, концентрирующиеся на каком-либо одном, хотя и важном, аспекте деятельности предприятия (например, теория маркетинга, см. [Третьяк, 2001]), либо полнообъемные, но априорные концепции, базирующиеся на учете сознательно ограниченного множества факторов деятельности предприятия (пример - неоклассическая теория фирмы). Негативные последствия использования таких теорий для оценки деятельности реальных компаний, создания механизмов приватизации или выбора путей реформирования экономики в целом хорошо известны (см., напр., [Стиглиц, 2002; Франк, 2000, Клейнер 2002]).

С другой стороны, управление каждым конкретным предприятием также опирается на определенные более или менее систематизированные

представления относительно предприятия, его внешней и внутренней среды. П. Друкер [Друкер, 2002] следующим образом конкретизирует состав этих представлений: "Предметом этих представлений являются рынки, на которых работает компания; идентификация ее клиентов и конкурентов, их ценностей и манеры поведения; уровень развития технологий и их динамика; сильные и слабые стороны компании. Предметом их является определение того, за какую свою деятельность компания получает доход. Эти исходные представления и есть то, что я называю *теорией бизнеса* компании".

Отметим, что и это еще не последняя ступень индивидуализации теории, можно в принципе идти и дальше. По сути дела каждый из лиц, заинтересованных в деятельности предприятия, от генерального директора до владельца одной-единственной акции имеет свое в***и***дение предприятия, предъявляет свои ожидания и требования [Клейнер, 2000]. В систематизированном виде такие представления также можно рассматривать как "персональную" теорию данного предприятия. Таким образом, в определенном смысле теорий конкретного предприятия столько, сколько у него стейкхолдеров, а чтобы приближенно оценить число теорий предприятий нужно, соответственно, перемножить число среднее число стейкхолдеров на число предприятий.

Здесь целесообразно уточнить понимание того, что представляет собой теория предприятия в рамках предлагаемого подхода. Условимся под *теорией предприятия* понимать *целостную систему взглядов на сущность, поведение и эволюцию предприятий той или иной группы; последняя может быть сформирована по страновому, временному, отраслевому, размерностному признакам, по принадлежности к определенной организационно-правовой форме, наличию определенной структуры собственности и т.п.* Поскольку каждое конкретное предприятие принадлежит различным группам, можно говорить о различных теориях (или, в несколько другой терминологии, которой мы также будем пользоваться, вариантах такой теории) даже одного-единственного предприятия. При этом, поскольку объектом любой теории предприятия в прямом смысле словосочетания по определению является *предприятие*, а не та или иная его часть или подсистема, то к числу "теорий предприятия" не следует, по нашему мнению, относить фрагментарные, частные концепции, раскрывающие, скажем, поведение работников при тех или иных стимулах, взаимоотношения "принципал - агент" и пр. (в [Попов, Татаркин, 2003] такие фрагментарные исследования не совсем точно, на наш взгляд, квалифицируются как "прикладные теории предприятия").

В целом, согласно излагаемому подходу к теории фирмы, любая полная теория предприятия должна давать (хотя бы качественные) ответы на следующие вопросы относительно данного круга предприятий: где проходит граница между предприятием и окружающей средой, каковы взаимоотношения между ними, иными словами, какими наблюдаемыми факторами детерминируется поведение предприятий в различных сферах, где функционирует предприятие; какое влияние оказывает интенциональная (целевая) сфера предприятия на его функционирование; иными словами, каковы доминанты в принятии и реализации решений[2].

[2] Вместе с тем не следует воспринимать экономическую теорию, в особенности теорию предприятия, как некий алгоритм, позволяющий однозначно определять конечный результат по релевантным входным данным. Теория всегда носит многовариантный характер, и шкала изменения ее результатов весьма редко может быть количественной. Обычно в ее результатах

Совсем не обязательно, чтобы теория объясняла *все* аспекты деятельности предприятия, но речь должна идти именно о функционировании всего *предприятия как целого*, а не какой-либо его подсистемы. Таким образом, условно говоря, под теорией предприятия мы понимаем *макротеорию микроэкономического объекта*. Это не означает, что в качестве факторов должны рассматриваться только внешние переменные. Отметим также, что, на наш взгляд (не совпадающий с позицией, представленной, например, в [Пресняков, 2003]), такие вопросы, как объяснение существования предприятий или вопрос об сущности и измерении эффективности предприятия, находятся вне пределов теории предприятия в собственном смысле и должны рассматриваться не с "фирмоцентрических", а с более широких, в том числе мезо- и макроэкономических позиций[3]. Таким образом, теория предприятия - это система взглядов, содержание которой как бы ограничено "снизу" необходимостью описания структуры и факторов функционирования заданного множества предприятий, и одновременно ограничено "сверху" предметом исследования - предприятием, рассматриваемым как целостность.

Структура каждого конкретного варианта теории предприятия в рамках данного подхода выглядит следующим образом. В основании любого варианта теории предприятия лежит ***в**идение* или *восприятие* предприятия как экономического объекта, опирающиеся на базисные, "сущностные" представления о предприятии. Для вербализации, уточнения и - при необходимости – математического моделирования этого в***и***дения применяется определенная определенный *понятийно-категориальный аппарат*, термины, образы[4], характеризующие сущность предприятия, его границы, поведение и эволюцию и используемые для формулирования априорных и иных положений. Далее теория должна включать *концепцию* данного класса объектов, выделяющую их из иных образований (в данном случае - предприятие) в различных сферах (пространствах), где протекает функционирование этих объектов. Исходные концептуальные представления о предприятии, его функциональных и структурных характеристиках, лежащие в основании каждого конкретного варианта теории предприятия, образуют как бы "прототеорию" или архетип восприятия предприятия, отражающий базисные характеристики предприятия и его окружения, детализируемые в дальнейшем в процессе построения конкретного варианта теории. В концепции предприятия, так же, как и в развернутой теории, можно выделять дескриптивную (относящуюся к реальным или "стилизованным под реальные" предприятиям) и нормативную (относящуюся к "идеальным", "совершенным" предприятиям) компоненты. Следующей составляющей теории предприятия является так называемое *системное описание объекта* – представление предприятия в виде системы, выделяемой из окружающего мира с помощью функциональных признаков, пространственных признаков или их сочетания [Иоффе, Клейнер, 1978; Клейнер, 2001 (б)]. Здесь при необходимости могут отражаться его

велика доля неопределенности, так что эта шкала ближе к интервальной, чем к количественной. Поэтому иногда говорят о *рамочном* характере любой экономической теории.

[3] Примерно таким же образом, каким рассматривается эффективность инвестиционных проектов, см. [Виленский и др., 2001].

[4] Образы как отсылка к предшествующему культурному опыту читателя часто используются как важная часть языка при изложении экономических теорий. Достаточно вспомнить такие широко используемые образные выражения как "экономический человек", "невидимая рука рынка", "социальный ген", "правила игры" и др.

составные части, функции, взаимосвязи и т.п. Далее в состав теории входит совокупность *предпосылок*, принимаемых без сколько-нибудь строгого доказательства исходных принципов, определяющих степень условности подхода к исследованию. Следующие два компонента - установленные в данной теории *правила вывода* следствий из исходных посылок, подтверждения или опровержения гипотез и *правила интерпретации* полученных выводов в терминах, непосредственно применимых к каждому из объектов, описываемых данной теорией. Завершающей частью теории является совокупность выводов и заключений относительно предприятий данного класса, полученных из исходных положений с помощью допустимых для данной теории предприятия способов обоснования заключений.

Таким образом, любое описание конкретной теории предприятия должно включать следующие согласованные между собой разделы:

1) в***и***дение предприятия как экономического объекта;
2) понятийно-категориальный и образный аппарат;
3) концепция предприятия;
4) системное описание предприятия;
5) исходные положения (принципы) теории, сформулированные с помощью понятийно-категориального аппарата;
6) принятые в данной теории способы аргументации, проверки или обоснования тех или иных положений на основе исходных принципов и/или эмпирических данных;
7) способы интерпретации выводов и положений в терминах описания предприятия;
8) выводы и заключения относительно предприятий данного класса, полученные из исходных положений с помощью допустимых способов обоснования.

Все перечисленные составляющие являются необходимыми и в действительности присутствуют в любой теории предприятия в указанном выше смысле, однако, далеко не все они приводятся в явном виде при описании теории. Иногда это делается намеренно, поскольку детальное изложение некоторых из них, скажем, предпосылок модели может выявить ее чрезмерно условный характер, иногда автор сам не отдает себе отчет в количестве и качестве фактически использованных предпосылок. В любом случае такая неполнота описания теории затрудняет ее верификацию и сопоставление с альтернативными вариантами. Соответственно, возрастает неопределенность степени обоснованности рекомендаций, полученных на ее основе. Применение таких теорий в практике менеджмента, в особенности - стратегического, достаточно рискованно.

Перечисленные компоненты можно считать разделами своеобразного *паспорта* теории предприятия. Кроме них в паспорт должно входить описание "области определения" теории в пространстве объектов, в нашем случае - указание множества предприятий, к которым относится данная теория. Можно говорить о национальной теории предприятия, имея в виду в качестве предмета теории совокупность всех российских предприятий (см., напр., [Дементьев, 2002 (а)]; о теории предприятий переходного периода [Айкс, Ритерман, 1994]; о теории машиностроительных предприятий; малых предприятий [Егорова, Майн, 1997]; предприятий, находящихся в собственности коллектива [Народные начинают…, 2002] и т.д.

Имеют ли право на существование индивидуальные теории бизнеса отдельных компаний (речь идет не о спецификации общих теорий для данного предприятия, а о теории, в которой уже само в***и***дение, начальный круг зрения включает только данное предприятие)? По сути этот вопрос аналогичен вопросу о том, корректно изучение экономики России без сравнения с экономиками других стран. Ответ на последний вопрос, по нашему мнению, положителен, поскольку изучение динамики состояния национальной экономики, так же и сравнение ее состояний с другими экономикам в статике представляют собой два в целом равноправных и информативных направления исследований. Географический разрез не имеет априорных преимуществ по сравнению с историческим, но имеет особенности. Дело в том, что когда исследователь изучает совокупность объектов (географический подход), то переход от объекта к объекту носит дискретный, скачкообразный характер. Если же речь идет об изучении динамики одного объекта (исторический подход), то переход из состояния в состояние, как правило, носит непрерывный характер и проходит все промежуточные стадии.

На самом деле даже самая индивидуальная теория не является индивидуальной в полном смысле, поскольку использует опыт, знания, навыки исследователя, знакомого ранее с множество иных предприятий. "*Tabula rasa*" исследователя является недостижимой в жизни абстракцией. В итоге можно заключить, что право на существование имеют все разновидности теории предприятия, начиная от всеобщих и кончая индивидуальными и персонализированными в соответствии с позицией заинтересованного

В содержательном смысле различие между известными теориями фирмы (Уильямсон выделяет неоклассические, управленческие, бихевиористические и основанные на анализе прав собственности теории фирмы [Уильямсон, 1981]; к ним можно добавить получившие развитие в последнее двадцатилетие эволюционно-генетические, информационные, когнитивные, и культурные модели (см. [Минцберг и др., 2000; Клейнер, 2002]) начинается с самого первого пункта приведенного выше структурированного описания. В аспекте в***и***дения конкурируют между собой прежде всего однофункциональная и многофункциональная концепции. Если неоклассическая теория, отождествляя предприятие с производственной функцией, рассматривает его только как товаропроизводителя, то наиболее развитые современные концепции признают за предприятием *множество* необходимых для общества функций, в том числе – институциональных, социальных, познавательных, культурных [Мезоэкономика…, 2001, п. 4.1.]. Соответственно и в***и***дение внутреннего наполнения предприятия простирается от учета одной лишь производственной функции до восприятия множества разнообразных внутренних структур, сред и процессов. Аналогичным образом, как показывает анализ (см. [Клейнер, 2002]), и другие известные варианты теории предприятия, подобно неоклассической, рассматривают внутреннее содержание и внешние функции предприятия односторонне. Отметим, что именно гармоничность взаимодействия этих внутренних составляющих между собой, а также с внешними аналогичными компонентами и составляет, по нашему мнению, секрет долговременного успешного развития предприятия. Следует также подчеркнуть, что руководства по стратегическому менеджменту, как правило, учитывают богатство внутреннего содержания предприятия (см., напр., [Виханский, 1995; Wright et. al., 1992]). Естественно возникает потребность в единой теории предприятия, обладающей степенью полноты и системности, необходимых, с одной стороны,

для адекватности теории реальному поведению предприятий, с другой – для ее эффективности как теоретической основы стратегического менеджмента.

Другой важнейшей особенностью наиболее известных вариантов теории фирмы является их статичность. Так, например, в неоклассической теории довольно глубоко развит аппарат теории производственных функций, в том числе – с учетом экзогенного (и отчасти эндогенного) технологического прогресса. Однако практически не развита теория *воспроизводственных* функций, предметом которой является моделирование процессов управляемого и эволюционного изменения производственной функции предприятия. Каковы границы такого изменения? Что общего имеют между собой возникающие в ходе эволюции предприятия производственные функции, каковы их инварианты, отражающие идентичность предприятия самому себе в разные периоды времени? Убедительные ответы на эти и подобные им вопросы в рамках неоклассической теории фирмы автору неизвестны (см. также [Барабанов и др., 1997]).

Попытки разработки теории фирмы, обладающей достаточной полнотой, соответствующей более широкому взгляду на роль и место предприятия в реальной экономике (укреплению такого рода воззрений немало способствовал анализ практики функционирования и реструктуризации предприятий в ходе трансформационного периода в России [Мезоэкономика…, 2001]), а также динамичностью, необходимой для обоснования принятия долгосрочных стратегических решений, привели к созданию системно-интеграционной теории предприятия.

2. Основы системно-интеграционной теории предприятия

В [Клейнер, 2002] были сформулированы основные положения новой теории предприятия, развивающей, с одной стороны, недавно сформулированную Я. Корнаи системную парадигму в экономических исследованиях [Корнаи, 2002], с другой - взгляды М. Добба на фирмы как интегрирующие силы, "без которых экономическая дифференциация коллапсировала бы в хаос" [Dobb, 1925], и названной *системно-интеграционной* теорией. Перечислим их кратко, воспользовавшись предложенной в п.1 схемой паспорта теории.

В***и***дение предприятия как экономического объекта. В качестве основного объекта изучения рассматривается предприятие как территориально обособленная организация, систематически осуществляющая производство товаров, выполнение работ или оказание услуг для удовлетворения внешних потребностей, обладающая правом самостоятельно распоряжаться своим имуществом и результатами своей деятельности, ведущая регламентные формы учета своей деятельности и не содержащая в своем составе обладающих перечисленными свойствами объектов. Предприятие одновременно и относительно независимо функционирует в технологическом, товарном, юридическом, культурном, институциональном, социальном и географическом пространствах, и его деятельность может быть описана лишь в совокупности этих сфер. Функционирование предприятия зависит от действий и решений ряда внутренних и внешних социальных и экономических субъектов, обладающих самостоятельными интересами, прерогативами и сферами ответственности.

Краткий комментарий: альтернативным к данному интегрированному подходу является фрагментарный, где предприятие предстает в виде той или

иной его ипостаси (производителя, юридического лица, средства получения дивидендов, социальной организации и т.д.).

Понятийно-категориальный и образный аппарат. Для описания функционирования предприятия используются следующие основные понятия: внутреннее пространство предприятия; внешняя среда; граница предприятия как совокупность таких элементов предприятия, которые систематически взаимодействуют как с чисто внутренними частями предприятия, так и с его внешней средой; культурное пространство предприятия как совокупность сложившихся на данном предприятии традиций относительно особенностей поведения субъектов и взаимосвязей между субъектами внутрифирменных отношений (степень координации интересов, готовность к компромиссу, навыки совместной деятельности, приемы интерпретации информации, степень априорного и апостериорного взаимного доверия и т.п.); институциональное пространство предприятия - совокупность взаимосвязанных формальных и неформальных институтов, распространяющихся на внутреннее пространство предприятия; ментальные особенности участников деятельности предприятия; социально-экономический генотип предприятия как совокупность организационно-технологических рутин, воспроизводящихся на предприятии во времени. В качестве аналога предприятия наиболее органично для системно-интеграционной теории понятие биологической клетки; цитологические понятия ядра клетки, органеллы, мембраны, метаболизма и другие также имеют аналоги в данном варианте теории предприятия.

Комментарий: избранный понятийный аппарат соответствует задаче комплексного изучения предприятия.

Концепция предприятия. Считается, что каждое предприятие представляет собой "суверенный" экономический объект, обладающий свойствами относительной независимости, юридической, производственной, имущественной и организационной самостоятельности. Предприятие реализует множество функций и систематически взаимодействует с значительным числом экономических и социальных субъектов, однако в качестве суверенного экономического субъекта предприятие имеет собственные интересы, не сводимые к интересам какой-либо группы инвесторов или бенефициариев.

Комментарий: понятие интереса предприятия не обязательно должно соответствовать понятию цели предприятия. Интерес предприятия в общем плане связан с созданием и использованием социально-экономического потенциала предприятия, обеспечивающего предпосылки его устойчивого развития. В отличие от интереса цель предприятия должна иметь четкое выражение в измеримых показателях, отражающих положение или состояние предприятия.

Системное описание предприятия. Предприятие воспринимается как многокомпонентная и многоуровневая система, включающая имущественный комплекс, организационно-технологическую подсистему, социальную подсистему (трудовой коллектив, администрацию, менеджмент, отдельных работников и т.д.), институциональную подсистему[5]; культурную среду. Предприятие отделено от окружающего мира границей (оболочкой), различные участки которой в различных пространствах имеют неодинаковую проницаемость для материальных, информационных и культурных потоков.

[5] Подробней о составе и функциях институциональной системы предприятия см. [Клейнер, 2003].

Особое значение для деятельности предприятия имеет взаимодействие с акционерами, которые периодически имеют возможность принимать совместные решения относительно персонального состава администрации и стратегических направления развития предприятия.

Комментарий: внутреннее пространство предприятия рассматривается как полиструктурное и многосредовое. Каждая из внутренних структур и сред взаимодействует с соответствующей внешней структурой или средой, так что предприятие и внешний мир играют роль сообщающихся сосудов. Такой подход ориентирует на поиск сбалансированности внутреннего состояния и внешнего положения предприятия.

Исходные положения (принципы) теории. 1. *Принцип системности предприятия*. Предприятие рассматривается как целостная система, ограниченная в географическом, функциональном, технологическом и социальном пространстве и находящаяся во взаимодействии с другими системами, в том числе – объемлющими данную. При этом каждое предприятие, независимо от его размеров, является ареной взаимодействия политики, экономики, культуры, идеологии и т.п., так что анализ в рамках одной из дисциплин может дать только частичные результаты. 2. *Принцип двойственности*. Каждое предприятие находится в отношениях с окружающей средой, характеризующихся свойствами взаимности. Эти взаимоотношения осуществляются главным образом путем трансграничного (по отношению к границе предприятия) взаимодействия между внутренними и внешними ментальными, культурными, институциональными и другими средами. 3. *Принцип равновесности*. Граница (оболочка) предприятия испытывает давление, а также подвергается действию стимулов и поощрений со стороны как внешней, так и внутренней среды. Устойчивое развитие предприятия имеет место при условии равновесия между внутренним и внешним давлением (поощрением) при некотором доминировании внутреннего (ресурсная концепция). 4. *Принцип иерархичности внутренних сред* (принцип "пирамиды"). Внутреннее пространство предприятия можно воспринимать как многослойную пирамиду, каждый слой которой соответствует той или иной подсистеме предприятия (рис.1). При этом слои расположены по степени управляемости данного вида пространства: в основании пирамиды лежат слои, которые трудно поддаются изменению (ментальные, культурные, институциональные слои), выше находятся структуры или среды, которые легче поддаются планируемым изменениям. Наименее управляемым среди них является социально-экономический генотип, изменение которого требует реализации длительного, непрерывного и целенаправленного селекционного воздействия (см. рис. 1).

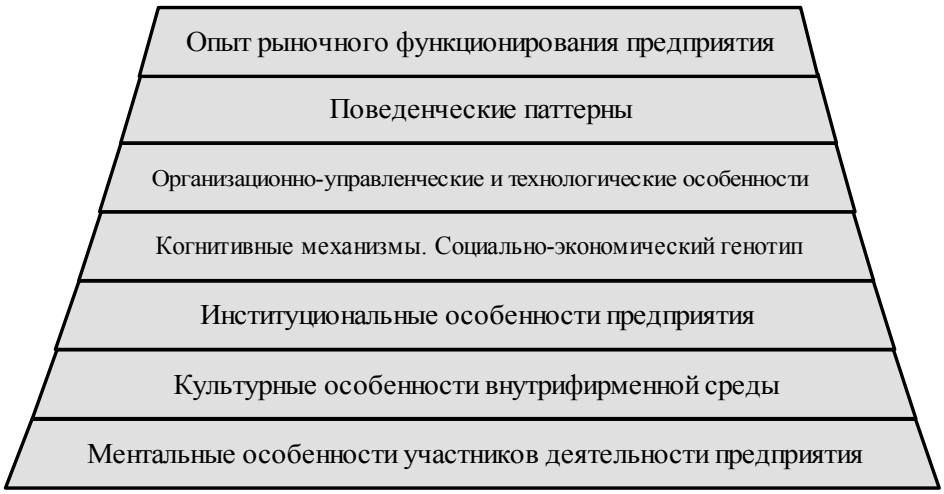

Рис. 1. Пирамида внутренних фундаментальных и функциональных факторов и условий деятельности предприятия

Нижние слои изображены на рис. 1 в виде более длинных полос, что отражает различия в степени индивидуальности данной среды для того или иного предприятия. Ментальные особенности участников носят наименее индивидуализированный характер, опыт функционирования наиболее индивидуален для данного предприятия. 5. *Принцип многофакторности функционирования предприятия*. Результаты деятельности предприятия зависят от конечного числа частично взаимозаменяемых ресурсно-спросовых факторов. При этом определенная степень заменяемости имеет место не только между ресурсами предприятия, понимаемыми в широком смысле, включая ментальные, культурные, институциональные, организационно-технологические и иные условия производства[6], но и – отчасти - между ресурсными и спросовыми факторами. Тем самым предполагается, что предложение может оказывать влияние на спрос, а спрос – на предложение. Типы ресурсных и спросовых факторов и условий функционирования предприятия соответствуют слоям пирамиды-"сэндвича" на рис. 1. 6. *Принцип "конфигуративности" управления.* Руководство предприятием осуществляет относительно небольшая группа индивидуальных и групповых субъектов, осуществляющих процессы подготовки, принятия и реализации решений на предприятии. Каждый из этих субъектов обладает определенными устойчивыми интересами, прерогативами и ответственностью, а их совокупность образует многосвязную конфигурацию[7], включающую в настоящее время генерального директора, совет директоров, общее собрание акционеров, администрацию, трудовой коллектив, отдельных работников предприятия [Клейнер, 1999, 2000]. 7. *Принцип органической иррациональности принятия решений*. Согласно этому принципу (более подробно см. [Клейнер, 2003]), решения на предприятии принимаются исходя из индивидуальных психологических и ментальных особенностей, а также текущих интересов "первого лица" (с коррекцией на такие же интересы и особенности участников "управляющей конфигурации"). В

[6] Попытки включения институциональных условий в состав факторов производства предпринимались (см. [Иншаков, 2002]).

[7] В общем случае это не коалиция в смысле Сайерта и Марча, а скорее центры микровласти.

качестве такого субъекта выступает либо генеральный директор, либо – реже – владелец предприятия. При этом нарушения принципов рациональности носят устойчивый характер и являются индивидуальными для каждого предприятия. 8. *Принцип неопределенности в реализации решений*. В соответствии с этим принципом реализация принятых решений зависит не столько от содержания самих этих решений, сколько от факторов, соответствующих слоям пирамиды на рис.1, начиная от ментальных особенностей работников, занятых реализацией конкретного решения, культурных характеристик внутренней среды и кончая информацией о прошлом поведении предприятия в аналогичной ситуации. При этом краткосрочная реализация тактических решений в большей степени воспроизводит поведенческие результаты прошлого, в то время как долгосрочная реализация стратегических решений зависит в большей степени от фундаментальных факторов, лежащих ближе к основанию пирамиды рис. 1. Все это делает конечный результат принятия того или иного конкретного решения труднопредсказуемым.

Комментарий: принятый подход ориентирован на исследование взаимодействия внутренних сред и структур между собой и с внешними средами и структурами. В краткосрочном (в традиционном понимании) периоде изменяются два верхних и частично - третий сверху уровень. В долгосрочном - меняется организационно-технологический механизм. В сверхдолгосрочном могут измениться когнитивные генетические механизмы, институциональная и культурные внутрифирменные среды. Если воспользоваться целенаправленным искусственным отбором, в течение этого периода можно изменить и ментальные характеристики персонала и коллектива.

Принятые (допустимые) способы аргументации, проверки или обоснования. В излагаемом (не формализованном) варианте теории предприятия аргументация базируется на логических заключениях, высказываниях классиков микроэкономического анализа, эмпирических данных, а также экстракции феноменологической и аналитической информации из произведений мировой классической литературы. Последнее означает, что для подтверждения высказанного суждения может быть использована ссылка на какой-либо эпизод из известного произведения, имеющий сходство с рассматриваемой ситуацией, либо использован образ из такого произведения. По нашему мнению, такое обоснование является не менее убедительным, чем ссылка на высокий уровень F-значения построенной на эмпирических данных регрессионной модели для обоснования данной зависимости как элемента теории. Что же касается верификации теории, то, поскольку в основе теории лежит ***ви****дение* объекта изучения, т.е. субъективный процесс или акт, полная объективная верификация не представляется возможной. Основным объективным критерием достоверности локальной теории остается ее собственная непротиворечивость и целостность. Эмпирические подтверждения теории столь же условны или конвенциальны, сколь и ее эмпирические опровержения (более детальное изложение позиции автора по этому поводу можно найти в [Клейнер, 2001 (в)][8]).

Комментарий: объективно адекватность теории определяются четырьмя основными характеристиками: полнотой охвата предмета; системностью теории; внутренней непротиворечивостью; правдоподобием в***и***дения предмета. Если идти дальше (в принципе эта тема заслуживает отдельного исследования),

[8]

то можно заметить, что правдоподобие в***и***дения – не что иное, как апелляция к культурному опыту реципиента теории. Аналогом данной концепции адекватности в теории экономико-математического моделирования является "принцип максимального соответствия" [Клейнер, Смоляк, 2000]. Конечно, такая адекватность относительна и субъективна, но рассчитывать на иную, полностью объективную концепцию адекватности, по-видимому, нет оснований.

Способы интерпретации выводов и положений. Заключения и рекомендации относятся лишь к предприятиям, информация о которых согласуется с в***и***дением и предпосылками, описанными выше в соответствующих пунктах. Достоверность заключений и рекомендаций, полученных на основе теории, зависит от согласованности с этой информацией.

Комментарий: трансляция теоретических выводов на язык практических рекомендация не является чисто языковой проблемой. По сути речь идет не только о разных мирах ("мир теорий" и "мир компаний"), но и о разных сообществах, погруженных в эти миры. Вместе с тем от организации эффективного взаимодействия между экономической теорией, экономической политикой и хозяйственной практикой зависит эффективность экономики в целом [Клейнер, 2001 (в)]. Именно стратегический менеджмент должен стать своеобразным руководством по переводу теоретических выводов на язык практических рекомендаций.

Выводы и заключения теории. Мы приведем здесь в качестве примера одну из рекомендаций, вытекающих из данной теории и относящихся к совершенствованию законодательно-нормативной базы деятельности российских предприятий (см. более подробно [Клейнер, 2002]). Согласование интересов инвесторов, акционеров, управляющих и работников предприятия возможно только на базе создания институциональной системы сбалансированного представительства всех самостоятельных сил и факторов производства в системе принятия решений на предприятии. Соответственно существующая и закрепленная в Гражданском кодексе РФ, законах об акционерных обществах и обществах с ограниченной ответственностью структура органов управления корпоративными предприятиями должна быть пересмотрена в плане учета и отражения основных компонент внутреннего и внешнего давления на предприятие. Совокупность разнородных и принимавшихся в разные периоды нормативных актов, определяющих такие стороны деятельности предприятия, как трансакционную, эмиссионную, социальную, учетную, налоговую и т.д., содержит существенные пробелы и противоречия, которые стали причиной большого числа корпоративных конфликтов, а порой и ликвидации предприятий. Необходим единый закон о предприятии как экономической системе, увязанный с частными нормативными актами.

3. Развитие системно-интеграционной теории предприятия: эвентуализация

Системная парадигма, на которой основана предлагаемая теория, и системный подход в целом оставляют ощущение определенной статичности. Ее конкретные проявления можно увидеть и в принципах, перечисленных в п. 2, таких, как принцип равновесности, конфигуративности и др. Такая статичность отражается и в понятии рутин как определяющего элемента в структуре

принятия решений. Разумеется, само функционирование предприятия как организации, систематически осуществляющей производство по определенной технологии, с помощью методов организации производства на базе рутин, задает существенную степень статичности. Вместе с тем внутренняя жизнь предприятия и его положение во внешней среде носят достаточно динамичный характер, отражающий как постоянные изменения во внешней среде, так и неизбежную внутреннюю динамику. При этом речь идет не об изменениях на предприятии, возникающих с течением календарного времени, а об, условно говоря, *взаимоотношениях предприятия со временем*. В связи с этим возникает вопрос о факторах, вносящих эту динамику, и ее следствиях для предприятия.

Для придания теории динамического характера предлагается добавить к перечисленным выше основным понятиям интеграционной теории предприятия новую категорию, использование которой способно существенно изменить наши взгляды на проблемы развития предприятия и проблемы стратегического менеджмента.

Эта категория – *событие*. Необходимо уточнить смысл этого понятия применительно к данному контексту. Речь идет о так называемых *системных событиях*, т.е. фактах, имеющих существенное значение для восприятия предприятия всеми субъектами, связанными с его деятельностью. Существенность в данном случае означает, что последствия данного события, по общему мнению, являются значимыми для предприятия и в известном смысле неотвратимыми.

События должны занять в понятийном аппарате теории предприятия столь же важное место, как и процессы, структуры, институты, рутины и инновации.

"Исходным материалом" для формирования событий являются *факты*, т.е. наблюдаемые дискретные изменения состояния объекта или его внешней среды. Среди фактов выделяются *акты*, т.е. мероприятия, дискретные действия субъектов, доступные для восприятия другими субъектами. Часто множества факты и актов рассматриваются как дополняющие: это имеет место, если под фактом понимается объективное, не зависящее ни от одного из принимаемых во внимание субъектов изменение (новация). Если же факт непосредственно обязан своему возникновению действию какого-либо субъекта из числа рассматриваемых в данном контексте, то такой факт считается актом. Соответственно, субъект, осуществивший это действие, называется актором (строго говоря, актор – это не сам субъект, а тип субъекта. Физически один субъект может быть заменен другим, в то время как актор останется неизменным). Принадлежность факта к числу событий, т.е. придание факту значимости события либо происходит объективно, либо осуществляется в определенными акторами. Процесс трансформации фактов в события можно назвать *эвентуализацией* фактов.

Поток относительно однородных по содержанию и природе фактов, систематически влияющих на протекание данного процесса, может быть интерпретирован как *фактор*. Более точно, под *фактором* некоторого процесса следует понимать относительно автономный поток однородных фактов, оказывающих влияние на результат процесса в меру интенсивности потока. При этом количественное изменение "объема" (интенсивности потока) фактора, как правило, приводит к количественному изменению результата. В определенном смысле фактору противостоит условие – обстоятельство или поток фактов, количественная мера которых не оказывает - даже локально -

пропорционального влияния на результат. Воздействие условий проявляется дискретно: либо условие есть, и тогда есть результат, либо их нет – и тогда результат отсутствует.

Таким образом, влияющие на предприятие обстоятельства можно конвенциально разделить на факторы, акторы и условия. Факторы соответствуют потоку фактов; акторы порождают поток актов; условия соответствуют постоянным обстоятельствам функционирования предприятия. К этому списку предлагается добавить события как род особо значимых фактов (см. рис. 2).

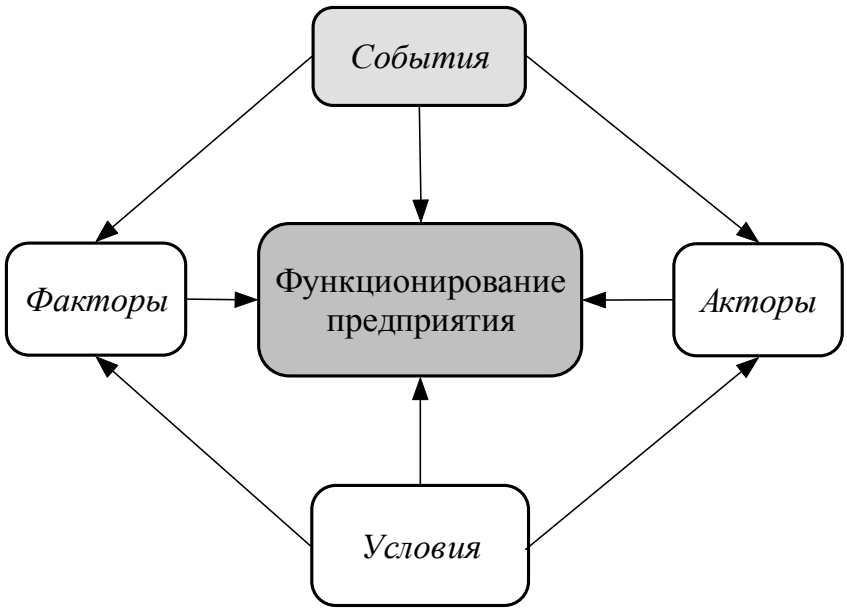

Рис. 2. Основные виды сил, влияющих на функционирование предприятия

Следует иметь в виду существенную разницу между четырьмя перечисленными видами сил. И факторы, и условия, и акторы (как типы, а не как физические лица) в принципе существуют постоянно. В противоположность этому *событие* не существует постоянно, а возникает и относительно быстро заканчивается. Философы трактуют событие как "способ ухватить, определить мир, материал. Событие всегда уловимо, и, стало быть, предполагает нечто отличное от нас, с другой стороны, событие по определению доступно, общо нам через некоторую объемлющую категорию - *категория значения*" [Нуждин, 2000]. В зависимости от того, что на предприятии считается *событием*, какой из слоев этого предприятия расценивает данное явление как событие, меняется не только взгляд внутренних и внешних стейкхолдеров на предприятие, но и сама суть предприятия.

Перечислим кратко те роли, которые могут играть события в жизни предприятия, учитывая, что события могут быть системоразрушающими и системоподдерживающими. Для предприятия события могут выступать в роли:

фактора консолидации/стратификации коллектива;

детонатора распада коллектива;

системообразующего фактора;

дестабилизатора для продвижения инноваций (см. [Рюэгг-Штюрм, 1998(а), (б); Багриновский и др., 2001]);

стабилизатора для закрепления рутин [Иншаков, Степочкина, 2003];

информационного сообщения, сигнала, намека на грядущее изменение ситуации;

средства мотивации персонала, менеджмента;

источника создания конкурентных преимуществ;

средства формирования или корректировки истории деятельности предприятия;

средства сохранения идентичности предприятия и т.д.

Отметим попутно, что в развиваемой автором концепции институтогенеза как процесса формирования структуры национальных экономических институтов как рекомбинации ограниченного числа стандартных базовых "протоинститутов" с последующей дифференциацией норм [Клейнер, 2003] именно событию отводится роль толчка, инициирующего процесс. То же самое относится и к процессу реформирования институциональной структуры на предприятии.

События, в том числе и созданные искусственно, путем "раздувания" и интерпретации объективных фактов или актов, способны перевести предприятие или ту или иную его подсистему из равновесного в неравновесное состояние, стать, по выражению И. Пригожина, "мостом от существующего к возникающему" [Пригожин, 2002]. Верно и обратное утверждение: такой переход или даже наведение подобного "моста", безусловно, является для предприятия событием[9].

События не только формируют сознание работников предприятия (фактически - формируют коллектив), но и создают новые альтернативы для стратегического выбора. Так, появление на рынке нового конкурента способно перестроить не только стратегию, но и внутреннее в***и***дение предприятия (Х. Уайт в серии работ раскрыл способ рыночной координации на производственных рынках как систематическое сканирование и анализ рыночной позиции конкурентов, главным образом в сфере объемов, цен и издержек, и определение на этой основе собственного места на рынке, см. [White, 1992].

События служат катализатором развития предприятия, а при умелом использовании - промежуточным звеном между интенциональной сферой (намерениями руководства) и функциональной (их реализацией). Предприятие, функционирование которого лишено событийной составляющей, обречено на неуспех. Отсутствие событий грозит взрывом. Поэтому для предприятий, где событийная составляющая не является объектом сознательного управления, существенно увеличивается неопределенность будущего развития. Хорошо известно высказывание Ф.М. Достоевского о том, что человеку для счастья нужно столько же счастья, сколько и несчастья. В контексте эвентуального подхода это означает одно: для успешной работы предприятия всем его стейкхолдерам, как внутренним, так и внешним, необходимы события. Не

[9] "Производство" событий в последнее время стало распространенным фактом современной культуры. Достаточно вспомнить, например, о художественных инсталляциях - символических, не всегда понятных, но ярких и запоминающихся действиях, в которые авторы вкладывают особый смысл. К этому же роду деятельности относится организация "флэш мобов", т.е. быстро собирающихся, согласованно осуществляющих непонятные действия и тут же исчезающих толпах людей ("мобберов").

случайно и мировые религии рассматривают события как важный ресурс поддержания религиозного чувства верующих. (достаточно вспомнить иудаизм, где в событие превращается каждая суббота).

Связь между проходящим через предприятие событийным потоком, т.е. потоком явлений, которые считаются на предприятии *событиями*, и стратегией предприятия носит весьма тесный характер. Поэтому управление событиями по своей сути должно относиться к стратегическому управлению. Оно позволяет не только определить текущее в***и***дение предприятием своего места в рыночной среде, но и сформировать в***и***дение будущего состояния, что относится к стратегическому планированию и управлению. Например, изучение новостных частей сайтов компаний позволяет сделать вполне определенные выводы о том, что именно считается событием в данной компании, а это, в свою очередь, дает возможность в значительной степени реконструировать стратегию этой компании.

Имеет смысл говорить о *языке событий*, понимая под этим систему правил интерпретации событий как сообщений, идущих по внутрифирменной иерархии от руководства к подчиненным, в трансграничной - от принципалов к агентам и обратно. Такая интерпретация является неотъемлемой частью, фактически – ядром корпоративной культуры. Язык событий являются незаменимым средством распространения в коллективе и реализации стратегии. Использование языка событий характерно для стратегически ориентированного менеджмента, в то время как использование "языка обстоятельств" – для нестратегического управления. Можно также выделить особый тип мышления, так называемое *эвентуальное мышление*, в основе которого лежит восприятие мира как совокупности событий, а содержанием - анализ и интерпретация событий.

События занимают промежуточное место между рутинами как относительно стабильными комплексами действий на предприятии и инновациями. События могут стать детонатором, катализатором инноваций или, наоборот, способствовать их рутинизации [Иншаков, Степочкина, 2003].

События, их интерпретация и оценка дают возможность сообщить работникам и другим заинтересованным лицам приоритеты в политике предприятия, разработанные руководством или альтернативными центрами власти на предприятии.

По месту возникновения события могут быть внешними, внутренними, пограничными по отношению к предприятию (см. иллюстрацию на рис. 3); внешние события можно разделить на сетевые, порождаемые субъектами, находящимися в сетевых связях с предприятием (смена собственника у потребителя или у поставщика, резкое изменение цен на ресурсы и т.д.), и средовые (например, изменение законодательства, моды, вкусов и т.п.).

В ряде случаев управленческий успех достигается при использовании *возможных* событий. Так, по опыту автора в сфере реструктуризационного консалтинга, в ряде случаев сопротивление реструктуризации со стороны директоров предприятий преодолевалось только тогда, когда предстоящее вступлении России в ВТО объяснялось как важное для предприятия грядущее событие.

Рис. 3. События и структура внутреннего пространства предприятия

Для понимания роли события во внутренней жизни предприятия существенно, что в большей или меньшей степени каждое системное событие затрагивает все уровни внутреннего пространства предприятия, указанные на рис.1. 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", выступает (по отношению к предприятию, для которого данный факт является событием) как некий микрокосм, как система, в каком-то смысле подобная самому предприятию.

Эвентуальный, т.е. основанный на учете важной роли событий, подход можно рассматривать как ортогональный (и, следовательно, дополняющий) по отношению и к неоклассическому (функциональному), согласно которому принятие решений по управлению предприятием осуществляется в соответствии с оценкой их влияния на функциональные показатели (прибыль, выручку и т.п.), и к институциональному, согласно которому выбор осуществляется исходя из принадлежности ЛПР к тем или иным институтам, и к эволюционному, где выбор диктуется главным образом прошлым опытом ЛПР. Вовлеченность субъекта или группы субъектов в масштабное событие порой приводит, как правило, и к его отказу от функциональной максимизации, и к пренебрежению институциональной структурой, и к забвению прошлого опыта. Поэтому событийная структура должна рассматриваться как по меньшей мере равноправный фактор в концепции движущих сил предприятия.

Развиваемый здесь эвентуальный подход к анализу и управлению функционированием предприятия можно трактовать как естественное дополнение такой известной концепции, как теория ресурсной базы (см. [Катькало, 2002 (б)]). Запас значимых для данного предприятия событий

(точнее говоря, возможный фактов или актов, могущих превратиться в события) образует своеобразный *ресурс*. Его можно привлекать, наращивать, приобретать, обрабатывать и использовать в производстве. При этом события являются безусловно специализированным или даже уникальным ресурсом и в прямом виде абсолютно нетранспортабельны. Уникальность события дает возможность предприятию сохранения конкурентных преимуществ по образцу тех, которые дают уникальные материальные, трудовые и интеллектуальные ресурсы. Таким образом, с точки зрения управления можно говорить об *эвентуальном факторе*, влияющем на кратко- и долгосрочные результаты деятельности предприятия.

Вместе с тем, поскольку события могут генерироваться и рынком, они несут на себе отпечаток рыночной ситуации и являются носителями рыночной информации для предприятия. В какой-то степени поток событий можно уподобить метеоритному потоку, исследование которого доставляет нам значительную часть информации о космосе.

В итоге для построения "эвентуализированного" варианта системно-интеграционной теории предприятия необходимо: а) расширить в***и***дение предприятия как системы за счет учета системных событий; б) пополнить понятийно-категориальный аппарат за счет события как факта, существенного для функционирования системы в целом; в) включить в системное описание предприятия поток событий как фактор текущей производственной деятельности и как фактор эволюции предприятия; г) дополнительно к перечисленным включить в состав исходных предпосылок теории принцип "эвентуальности", согласно которому события могут играть для предприятия роль производственного ресурса и управленческого инструмента.

4. На пути к теории стратегического менеджмента

"Основная проблема … заключается в отсутствии общепризнанной теории стратегического менеджмента. Более того, многочисленные концептуальные подходы не связаны друг с другом" – признает Т. Йеннер [Йеннер, 1997][10]. Можно даже утверждать, что отсутствует и общепринятое понимания того, что такое "теория стратегического менеджмента". Часто теорию менеджмента просто отождествляют с теорией предприятия. С формальной точки зрения это две различные теории, поскольку основным предметом первой является функционирование экономического *объекта* (предприятие), в то время как предмет второй – протекание экономико-управленческого *процесса* (менеджмент). Отметим, что здесь не случайно употреблено выражение "экономико-управленческий". Стратегический менеджмент отличается от управления в узком смысле слова: об управлении в собственном смысле можно говорить лишь тогда, когда точно известны *цели* управления. Что же касается стратегического руководства предприятием, то здесь говорить об управлении можно только условно, поскольку цель в этом случае выражается в весьма общих терминах (типа "стабильное развитие предприятия", "достижение делового успеха" и т.п.)[11]. В связи с этим целесообразно вернуться к определению понятия "стратегический менеджмент".

[10] Как одну из наиболее продвинутых теоретических разработок в области стратегического менеджмента можно рассматривать работу [Тамбовцев, 2000].

[11] Возможно, более подходящим вместо выражения "стратегическое управление предприятием" было бы словосочетание "стратегическое регулирование функционирования

Напомним, что под стратегическим менеджментом мы понимаем здесь систему организации функционирования предприятия, основанную на разработке, имплементации, реализации и корректировке корпоративной стратегии. Однако понимание специалистами самого термина "стратегия" далеко не однозначно (см., напр., [Минцберг и др., 2000]). Не ставя здесь своей целью сравнение известных определений, мы хотим акцентировать внимание на одном аспекте, уточнение которого необходимо для изложения предлагаемой концепции теории стратегического менеджмента. Речь идет о месте стратегии предприятия в иерархической структуре его целевой или, шире, "идеологической" сферы. Известны два варианта его структуризации: "миссия – цели – стратегия" и "миссия – стратегия – цели". Так, в известном учебнике под редакцией проф. А.П. Градова стратегия рассматривается как способ достижения целей производственной системы [Экономическая стратегия…, 1995, стр. 16]. Подобное определение дается и в большинстве других учебных руководств (см., напр., [Wright et al., 1992]).

По нашему мнению, более логичным является второй вариант, где стратегия непосредственно следует за миссией и реализует содержащиеся в ней принципы и ориентиры. Цели предприятия вынесены здесь на более низкий уровень обобщения, поскольку формулировка цели должна обладать свойствами конкретности, наблюдаемости и измеримости, чтобы можно было говорить о степени реализации той или иной цели. При первом подходе стратегия рассматривается как *способ реализации целей*. Однако здесь либо теряется определенность целей, либо утрачивается их связь с миссией. Для корпоративной стратегии как комплексного описания желательного состояния предприятия, в свою очередь, место между «целями» и следующими за ними в целевой иерархии «задачами» представляется слишком узким. Поэтому второй подход представляется более правильным. Стратегия здесь предстает как органическое *единство целей и средств их реализации* (см. также [Mockler, 1992]).

При таком подходе целегенез следует рассматривать как относительно самостоятельный процесс, тесно взаимодействующий как с внутренними бизнес-процессами, так и с микросредой фирмы, а также с другими изменениями в рыночной и административно-деловой среде. Он является, однако, более "медленным" и более дискретным по сравнению с бизнес-процессами, так что смена целей – относительно редкое событие. В промежутках между изменением целей стратегический менеджмент может рассматриваться как управление в собственном, т.е. целевом смысле слова. Однако в принципе стратегический менеджмент, в отличие от других видов менеджмента, должен ориентироваться на целостную концепцию предприятия во времени и в остальных видах пространств, где функционирует предприятие, в том числе – в идеологической сфере. Отсюда следует, что в качестве теоретической базы для стратегического менеджмента должна фигурировать системно-интеграционная концепция предприятия (п. 2) с учетом ее эвентуальной динамизации (п. 3).

По нашему мнению, необходимым для стратегического менеджмента является рассмотрение предприятия и окружающей его среды с точки зрения *потенциала* предприятия – совокупности тех свойств и качеств предприятия,

---

предприятия", понимаемое как организация и контроль следования некоторым общим принципам.

которые, с одной стороны, определяют возможности и границы его функционирования при тех или иных внешних условиях, с другой - являются относительно устойчивыми, т.е. не могут быть изменены за короткий срок [Стратегии бизнеса, 1998]. Потенциал, не охватывая все пространство предприятия, как бы просвечивает через его оболочку и при определенном "аналитико-стратегическом взгляде" на предприятие может быть обнаружен и охарактеризован. Однако вопрос о том, относится ли тот или иной вид ресурса на предприятии к потенциалу зависит, вообще говоря, от характера динамики рыночной среды; поэтому потенциал является в некотором смысле условной категорией. Если речь идет, скажем, о работе в условиях кризиса платежей, то в качестве стратегических выступают такие ресурсы, как финансовые или другие ликвидные активы, налаженные надежные кредитные линии и т.п. Если рассматривается деятельность предприятия в условиях энергетического кризиса, в качестве стратегических ресурсов, обеспечивающих конкурентоспособность, фигурируют энергосберегающие технологии.

В***и***дение предприятия "через призму" его комплексного потенциала, степени его использования соответствует стратегическому подходу или мышлению, хотя и требует серьезной аналитической и оценочной работы (более подробное описание такой работы можно найти в [Стратегии бизнеса, 1998; Клейнер, 2001 (а)]).

Соответственно сказанному теория стратегического менеджмента должна базироваться на теории предприятия, но включать и ряд других теорий, отражающих как внутренние процессы, так и процессы, протекающие за границами предприятия, а также трансграничные процессы. Речь идет о процессах формирования и изменения потенциала предприятия и его целевой (интенциональной) сферы, а также процессах динамики внешней среды (прежде всего, рынка). Теоретическая база стратегического менеджмента должна, таким образом, включать:

собственно теорию предприятия;

теорию внешней среды предприятия, включая ее рыночную, административно-деловую, культурную, институциональную и другие составляющие;

теорию целегенеза как процесса формирования, восприятия и адаптации, смены целей управления;

теорию комплексного стратегического потенциала предприятия;

теорию эффективности менеджмента как оценки результативности реализации комплексного потенциала и целевых установок предприятия (см. рис. 4).

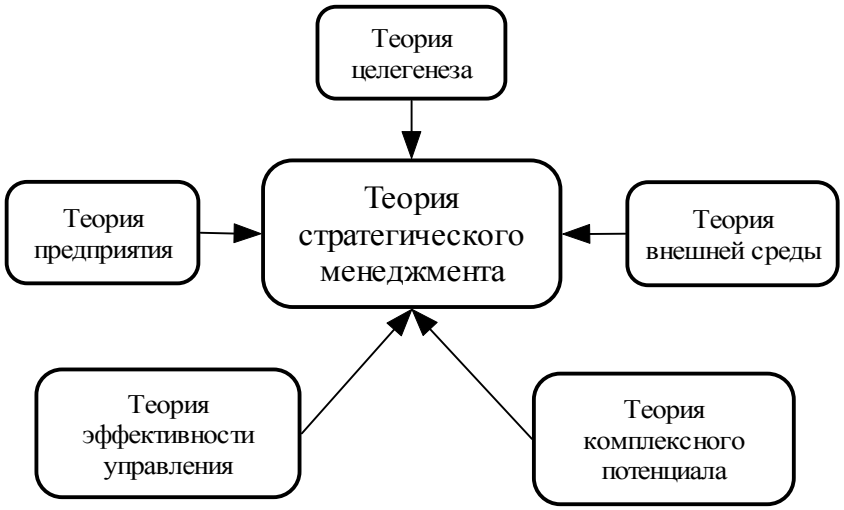

Рис. 4. Составляющие теории стратегического менеджмента

Как видим, эти теории взаимосвязаны (на рисунке эти связи не показаны), в какой-то степени опираются одна на другую и в совокупности охватывают весь круг вопросов, связанных с формированием и реализацией стратегии и оценкой успешности этих процессов с точки зрения долговременного успешного развития предприятия.

С формальной точки зрения описание теории стратегического менеджмента с формальной стороны должно включать те же "паспортные" компоненты, что и теория предприятия (см. п. 1), начиная с в***и***дения процесса стратегического менеджмента и понятийно-категориального аппарата и кончая выводами и рекомендациями относительно методологии и методики стратегического менеджмента. Описание в***и***дения предмета этой теории, рассматриваемого с позиций эвентуализированного варианта системно-интеграционной теории предприятия, изложенном в п. 3, дано выше. Остальные компоненты описания теории требуют специального рассмотрения. В качестве примера следствий из данной концепции мы приведем здесь следующие фрагментарные рекомендации по методике стратегического менеджмента на предприятии.

С менеджериальной точки зрения использование в качестве базовой для методологии менеджмента системно-интеграционной теории предприятия означает, что все условия и факторы, указанные на рис. 1, должны стать предметом стратегического управления, в том числе – институциональные, когнитивные и культурные. Традиционно комплексная корпоративная стратегия включает семь разделов, отражающих относительно самостоятельные сферы деятельности предприятия [Клейнер и др., 1997; Стратегии бизнеса, 1998].

1) Товарно-рыночная стратегия (стратегия поведения на товарных рынках).
2) Ресурсно-рыночная стратегия (стратегия поведения на рынках факторов производства).
3) Технологическая стратегия (стратегия выбора и обновления технологии).
4) Интеграционно-дезинтеграционная стратегия (поведение в сфере слияния, разделения, поглощения, квазиинтеграции и других видов реорганизации предприятий).
5) Финансово-инвестиционная стратегия.

6) Социальная стратегия (во внутрифирменном управлении, а также по отношению к внешней социальной среде).
7) Управленческая стратегия.

В соответствии с изложенным в данной статье выше, к этим разделам должны быть добавлены еще пять следующих разделов.

8) Стратегия формирования корпоративной культуры.
9) Институциональная стратегия (формирование внутренней институционально-культурной среды, взаимодействие с внешней такой же средой).
10) Когнитивная стратегия (стратегия приобретения, создания, аккумуляции и хранения знаний).
11) Стратегия управления эволюцией социально-экономического генотипа ("эволюционная стратегия").
12) Стратегия управления событиями ("эвентуальная стратегия").

Этим разделам соответствуют понятия культурного менеджмента, институционального, когнитивного, генно-эволюционного и эвентуального корпоративного менеджмента как составляющих стратегического менеджмента в целом.

Особенно важным, как в отношении стратегического, так и оперативного управления, является формирование и реализация эвентуальной стратегии. В компаниях, где реализуется регулярный стратегический менеджмент или идет его постановка, целесообразно в составе подразделения, отвечающего за стратегическое планирование (управление), создать специальную группу "эвентмейкеров", т.е. людей, планирующих и "создающих" события, превращающих отобранные факты в события.

В заключение данного раздела заметим, что роль событий как подспорья в проведении инноваций была отмечена Й. Рюэгг-Штюрмом [Рюэгг-Штюрм, 1998(а), (б)]. Однако по его мнению, нематериальными структурами на предприятии (в том числе событиями) нельзя распоряжаться "из единого центра" [Рюэгг-Штюрм, 1998(а)]. По нашему мнению, именно управление потоком событий должно стать предметом и одной из стержневых составляющих стратегического управления предприятием.

Вместо заключения

Путь к построению эффективной теории стратегического менеджмента непрям и неблизок. Необходима разработка и апробация целого ряда находящихся сегодня в начальном состоянии теоретических концепций и моделей, предметная сфера которых относится не только к микроэкономике, но и к мезо- и макроэкономике. В качестве теории, разработка которой, возможно, наиболее трудоемка, можно назвать общую теорию эффективности (некоторые начальные положения этой теории можно найти в [Мезоэкономика…, 2001, гл. 6; Виленский и др., 2001]). Кроме того, поскольку речь идет о принятии решений, необходимо обращение к индивидуальной и социальной психологии, теории познания, теории личности, а также особенностей создания и распространения знаний как внутри предприятия, так и за его пределами.

С рядом серьезных проблем связано формирование отечественной эмпирической базы теории стратегического менеджмента. Одна из них состоит в том, что социально-экономические условия меняются в России столь быстро (не в последнюю очередь – из-за манипуляции "событиями" в политической и

медийной сферах), что объективно сравнить результаты принятия тех или иных сколько-нибудь долгосрочных и разновременных стратегий по их эффективности весьма затруднительно.

Вторая проблема связана с той особенностью российской экономики, которую можно назвать чрезмерной индивидуализацией предприятий. Унаследовав от стадии "экономики физических лиц" (см. [Клейнер, Тамбовцев, Качалов, 1997]) личностный характер внутрифирменного управления и межфирменных связей, российская экономика перешла в стадию "экономики физических предприятий", где различие между предприятиями обусловлено не столько различием в ресурсах и технологиях, сколько неодинаковым положением представителей этих предприятий в деловой и административной среде. Такая индивидуализация также затрудняет формирование сопоставимой (уже по предприятиям) статистической базы. К этому примыкает и известная проблема информационной закрытости большинства российских компаний. Бурный процесс передела собственности, охвативший почти всю отечественную экономику и серьезно напугавший нынешних собственников и менеджеров, в дополнение к традиционной нетранспаретности предприятий сделал получение достоверной информации о них маловероятным.

Вместе с тем особенности российской микроэкономики можно, по-видимому, обратить и на пользу развития теории стратегического менеджмента. Осторожный оптимизм при взгляде на перспективы этого направления можно связать с реализацией одного из советов классика менеджмента Питера Ф. Друкера. "…Для того, чтобы создавать, поддерживать и обновлять теорию бизнеса, не требуется Чингисхан либо Леонардо да Винчи в костюме топ-менеджера. Суть дела не в наличии гения, а в тяжелой работе". И далее: "Фактически речь идет о том, за что главные управляющие получают вознаграждение. Известно достаточно много главных управляющих, успешно изменивших теории бизнеса своих компаний." [Друкер, 2002]. Достаточно много таких управляющих и в России. Многие из них, если не большинство, лично заинтересованы в контактах с российской экономической наукой. Почему бы таким управляющим в союзе с представителями микроэкономической науки не оздоровить теорию стратегического управления российским корпоративным бизнесом в целом?…

Литература

Айкс Б., Ритерман Р. От предприятия к фирме: заметки по теории предприятия переходного периода. // Вопросы экономики, 1994, № 8.

Багриновский К.А., Бендиков М.А., Хрусталев Е.Ю. Современные методы управления технологическим развитием. – М.: РОССПЭН, 2001.

Барабанов С.М., Бызалов Д.Е., Качалов Р.М., Клейнер Г.Б., Малков С.Л., Стребулаев И.А., Тамбовцев В.Л. Моделирование эволюции экономических систем. – М.: Диалог-МГУ, 1997.

Виленский П.Л., Лившиц В.Н., Смоляк С.А. Оценка эффективности инвестиционных проектов. Теория и практика. -М.: Дело, 2001.

Виханский О.С. Стратегическое управление. -М.: Издательство Московского университета, 1995.

Дементьев В.Е. Теория национальной экономики и мезоэкономическая теория. // Российский экономический журнал, 2002, № 4 (а).

Дементьев В.Е. Точка роста экономической теории. // Экономика и математические методы, 2002, т. 38, № 3 (б).

Друкер П. Теория бизнеса. Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8. Менеджмент. 2002. Выпуск 4.

Егорова Н.Е., Майн Е.Р. Малый бизнес в России: экономический анализ и моделирование - М.: ЦЭМИ РАН, 1997.

Иншаков О.В. Теория факторов производства в контексте экономики развития. Волгоград, ВолГУ, 2002.

Иншаков О.В., Степочкина Е.А. Рутина и новация: институциональный, организационный и эволюционный аспекты взаимодействия. Волгоград, ВолГУ, 2003.

Иоффе Л.Ш., Клейнер Г.Б. Системный анализ и структурное моделирование целенаправленных систем. М.: Информэлектро, 1978

Йеннер Т. Интеграция маркетинга и стратегического менеджмента. Проблемы теории и практики управления1997, № 6.

Катькало В.С. Теория стратегического управления: этапы развития и основные парадигмы. //Вестник Санкт_Петербургского университета. Серия 8. Менеджмент. 2002. Выпуск 2 (а).

Катькало В.С. Ресурсная концепция стратегического управления. //Вестник Санкт_Петербургского университета. Серия 8. Менеджмент. 2002. Выпуск 4 (б).

Клейнер Г.Б. Управление корпоративными предприятиями в переходной экономике. // Вопросы экономики, 1999, № 8.

Клейнер Г.Б. Эволюция и реформирование промышленных предприятий: 10 лет спустя. // Вопросы экономики, 2000, № 5.

Клейнер Г.Б. Институциональная структура предприятия и стратегическое планирование на микроуровне. // Вестник Государственного университета управления. Институциональная экономика. № 1(2), 2001 (а).

Клейнер Г.Б. Системное моделирование микроэкономических объектов. Системный анализ в экономике. Таганрог: Таганрогский государственный радиотехнический университет, 2001 (б).

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: приницпы 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.

Мезоэкономика: рынки, отрасли, предприятия./ Под ред. Г.Б. Клейнера. М.: Наука, 2001.

Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Д. Школы стратегий. СПб.: Питер, 2000

Народные начинают и…Труд и собственность в XXI веке. М.-Волгоград: Издатель, 2002.

Нуждин Г.А. Причины рассмотрения математической деятельности. http://www.PHILOSOPHY.ru/library/fm/NUZHDING.html

Перегудов С.П. Корпорации, общество, государство: эволюция взаимоотношений. М.: Наука, 2003.

Попов Е.В. Классификация миниэкономических теорий. Труды всероссийского симпозиума по миниэкономике. Екатеринбург: ИЭ Уро РАН, 2002.

Попов Е.В., Татаркин А.И. Миниэкономика. М.: Наука, 2003.

Попов Е.В., Хмелькова Н.В. Эволюционная теория предприятия. Екатеринбург: Институт экономики Уро РАН, 2002.

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

Пригожин И. От существующего к возникающему: время и сложность в физических науках. М.: УРСС, 2002.

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

Рюэгг-Штюрм Й. Новая системная теория и внутрифирменные изменения. Проблемы теории и практики управления, 1998, № 5 (а)

Рюэгг-Штюрм Й. Системно-конструктивистская “теория фирмы” и управление процессами глубоких изменений на предприятии. Проблемы теории и практики управления, 1998, № 6 (б)

Стиглиц Дж. Quis qustodiet ipsos qustodes? Неудачи корпоративного управления при переходе к рынку. // Экономическая наука современной России, 2002, № 4.

Стратегии бизнеса. /Под ред. Г.Б. Клейнера. М.: КОНСЭКО, 1998.

Тамбовцев В.Л. Контрактная модель стратегии фирмы. М.: ТЕИС, 2000.

Тис Д.Дж. Выступление на церемонии вручения почетного диплома и мантии почетного доктора СПбГУ 1 июля 2002 года. Вестник Санкт_Петербургского университета. Серия 8. Менеджмент. 2002. Выпуск 4.

Третьяк О.А. Историческая эволюция и новые ориентиры развития маркетинга. // Российский экономический журнал, 2001, № 2.

Уильямсон О. Фирмы и рынки. Современная экономическая мысль/ Под ред. Афанасьева В.С. и Энтова Р.М. М.: 1981.

Фавро О. Экономика организаций. - Вопросы экономики, 2000, № 5.

Франк Ч. Стратегия Европейского банка в отношении России. // Проблемы теории и практики управления, 2000, № 6.

Экономическая стратегия фирмы./Под ред. проф. А.П. Градова. – СПб: Специальная литература, 1995.

Dobb M. Capitalist Enterprise and Social Progress. London, 1925.

Drucker P.F. The Theory of Business.// Harvard Business Review. 1994. Sept.-Oct. P. 95-104.

Mockler R.J. Strategic Management: An Integrative Context-Specific Process. Harrisburg-London: Idea Group Publishing, 1992.

Nelson R.R. Why do firms differ and how does it matter? / Strategic Management Journal. 1991. № 12. Special Issue.

Teece D., Pisano G., Shuen A. Dynamic capabilities and strategic management // Strategic Managemenr Journal. 1997. Vol. 18. № 7. P. 509-533., 1997.

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

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

Wright P., Pringle C., Kroll M. Strategic Management Text and Cases. Needham Heights, MA: Allyn and Bacon, 1992.