

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ

СОВРЕМЕННАЯ ФИРМА: поведение, стратегии и культура

Т. В. Гудкова, А. В. Заздравных,
В. Л. Улупова



Экономический
факультет
МГУ
имени
М.В. Ломоносова

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени М. В. Ломоносова
Научный совет «Центр общественных наук МГУ»
Экономический факультет
Академия философии хозяйства



Гудкова Т. В., Заздравных А. В., Улупова В. Л.

СОВРЕМЕННАЯ ФИРМА: ПОВЕДЕНИЕ, СТРАТЕГИИ И КУЛЬТУРА

Учебное пособие

Москва
2018

УДК 334.012
ББК 65.291
Г93

Г93 Гудкова Т. В., Заздравных А. В., Улупова В. Л.
Современная фирма: поведение, стратегии и культура: учеб. пособие. — М: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2018. — 96 с.

ISBN 978-5-906783-86-8

В настоящее время, помимо традиционных материальных факторов, влияющих на достижение целей коммерческих организаций, на первый план выходят новые стратегии, позволяющие фирмам занять значимые позиции на рынках и в сознании клиентов. Новые тренды в системе управления и организационной структуре современной фирмы на фоне широкого внедрения информационных технологий позволяют сделать современную фирму более гибкой и клиентоориентированной, способной оперативно реагировать на изменения во внешней среде. Наряду с разработкой новейших технологий, качественных товаров, маркетинговых стратегий, все более актуальным становится и поиск новых ценностей фирмы, формирующих ее корпоративную культуру.

УДК 334.012
ББК 65.291

ISBN 978-5-906783-86-8

© Экономический факультет МГУ
имени М. В. Ломоносова, 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	4
Глава 1. Современные концепции фирмы: от конкуренции к глобальной коалиции	6
Глава 2. Фирма в современной экономике: виды классификации	16
Глава 3. Факторы внешней и внутренней сред фирмы. Цели и индикаторы результативности фирмы	23
Глава 4. Ценность предложения фирмы и эффективное позиционирование	31
Глава 5. Коммуникационная политика фирмы	39
Глава 6. Специализация и диверсификация деятельности фирмы	47
Глава 7. Культура фирмы (корпоративная культура): вчера, сегодня, завтра	55
Глава 8. Корпоративная социальная ответственность как часть культуры современной российской фирмы	66
Глава 9. Формирование корпоративной культуры современной фирмы, методы ее поддержания и развития	81
Темы рефератов	95

ГЛАВА 1

СОВРЕМЕННЫЕ КОНЦЕПЦИИ ФИРМЫ: ОТ КОНКУРЕНЦИИ К ГЛОБАЛЬНОЙ КОАЛИЦИИ

Наиболее распространенное представление о *фирме* сводится к тому, что это хозяйствующий субъект, который занимается производством и самостоятельно принимает решения о том, что, как и в каком объеме производить, а также где, кому и по какой стоимости реализовывать свою продукцию. Фирма объединяет свои производственные ресурсы с целью максимизации прибыли. Также фирму рассматривают как один из основных институтов (институциональных организаций) современной экономической системы, который является обособленным субъектом экономической деятельности и осуществляет свои функции во внешней экономической среде, включающей потребителей, поставщиков, государство, конкурентов, природные условия и общество в целом [Розанова, 2009].

В экономической теории известно несколько подходов к изучению фирмы, в частности, классический, неоклассический, маржиналистский, марксистский, технологический, бихевиористский, эволюционный, институциональный и др. Ф. Махлуп, известный исследователь экономики фирмы, в своих работах приводит 21 понятие фирмы [Махлуп, 2002].

В целом ряде научных трудов проведен развернутый сравнительный анализ концепций фирмы [Нуреев, 2014; Розанова, 2009; Сторчевой, 2013; Тарануха, 2003; Уинтер, 2001; Шаститко, 2016 и др.]. Остановимся более подробно на двух широко известных теориях фирмы: неоклассической и институциональной.

Неоклассическая теория фирмы ограничивает поведение фирмы единственной целью деятельности — максимизацией прибыли и стандартным набором инструментов путем воздействия на издержки и размер производства. Информационным полем является рынок, который позволяет сделать выводы о том, по какой цене и сколько товара будет продано. Исходя из этого, единственно возможным в рамках системы рынка поведение фирмы представляется таковым в виду того, что оно изначально детерминировано существующей системой ограничений.

С точки зрения неоклассической теории, фирма является основным инструментом при распределении ресурсов в рыночной экономике. Не-

оклассика рассматривает фирму как «черный ящик», на входе которого — ресурсы для производства (и формирование цен на рынках факторов производства), на выходе — выпуск (и цены на товарных рынках) [Розанова, 2009]. Поведение фирмы рассматривается как реакция на изменение цены ресурсов и товаров, которая обусловлена периодом функционирования фирмы (кратко- или долгосрочным), а также различием типов рыночных структур (совершенная и несовершенная конкуренция).

В неоклассическом варианте теории фирмы отталкиваются от ее существования как от готовой предпосылки, учитывая обособление рынка факторов от рынка товаров. На основе теории *X*-эффективности можно дать оценку деятельности фирмы как возможности реализации некоторых производственных альтернатив. Поведение фирмы рассматривается с точки зрения эффективности принятых решений относительно производственной программы, а также выбора рыночной стратегии и системы организации труда. Если в результате деятельности фирмой не было достигнуто определенных результатов, то такое поведение обозначают как *X*-неэффективное.

Изменения в практике и экономической реальности привели к необходимости пересмотра постулатов неоклассической теории фирмы в связи с тем, что за границами ее внимания оказались некоторые компоненты внутренней среды фирмы и предпосылки ее возникновения. В конце XIX в. возникло *институциональное направление*, нацеленное на исследование и разъяснение парадокса появления такого института как фирма и, по аналогии с живым организмом, на обнаружение закономерностей его формирования, развития и исчезновения.

Неоклассика отказывалась от поисков первопричины возникновения фирмы. Там фирма являлась заданной статической величиной, а «владение фирмами случайно распределялось между людьми» [Махлуп, 2002]. Институциональная концепция, наоборот, заключается в подходе к изучению фирмы как института, возникшего в ходе естественного формирования и развития производительных сил. При этом критерием эффективности является само существование фирмы. Институциональная теория изучает экономические явления как сложные процессы, включающие в себя и явления неэкономического порядка: определенные привычки, закономерности поведения, обычаи и др.

Институциональное направление использует четыре основных подхода к изучению фирмы как института. *Теория общественного выбора и теория прав собственности* рассматривают фирмы с точки зрения общества и частных лиц (исследования выстроены на концепции «правил игры»). *Теория транзакционных издержек и теория агентов* построены на изучении законов существования фирмы. Теория агентов рассматривает фирму как метод независимого действия самостоятельных субъектов в рамках одной цели, взаимоотношения между которыми регулируются на основании контрактных соглашений. Две последние теории мы рассмотрим более подробно.

С точки зрения институционалистов любой производственный объект является совокупностью прав, в том числе прав собственности внешних и внутренних участников производственной деятельности. Каждый участник, преследуя индивидуальные интересы, вступает в коалицию с другими участниками, так как понимает, что ему это делать выгоднее, чем заниматься производством изолировано. Являясь совокупностью контрактных отношений, фирма в своей производственной деятельности несет и так называемые *транзакционные издержки*¹.

Понятие транзакционных издержек впервые в своем исследовании «Природа фирмы» ввел лауреат Нобелевской премии Р. Коуз [Coase, 1937]. Вывод о существовании затрат на организацию и обмен, не являющихся порождениями экономической среды, лежит в основе теории транзакционных издержек. Данные издержки можно систематизировать следующим способом: затраты на поиск информации; затраты на ведение переговоров и заключение соглашений; затраты на измерения; затраты на спецификацию и защиту прав собственности; издержки оппортунистического поведения.

С точки зрения институциональной теории, рынок и фирма являются альтернативными способами заключения контрактов: рынок может представлять собой внешний контракт, а фирма — внутренний, т. е. фирма может приобрести продукт или услугу на рынке на основании заключения соответствующего соглашения с внешними контрагентами или же она может производить товар самостоятельно на основе внутренних взаимоотношений с работниками. Выбор внешнего или внутреннего способа производства будет зависеть от относительных затрат на использование альтернативных экономических благ (рыночных ресурсов или собственных ресурсов фирмы).

Таким образом, в том случае, когда затраты на заключение контрактов через фирму меньше, чем затраты на их совершение на открытом рынке, эти сделки включаются во внутреннюю структуру фирмы. Следовательно, чем больше транзакционные издержки (т. е. издержки использования данной фирмой рыночных ресурсов), тем выше вероятность, что данный продукт будет производиться фирмой, а не рынком. В таком случае все ресурсы (финансовые, трудовые, сырьевые и пр.) включены в общую инфраструктуру и работают в рамках единого предпринимательского проекта.

Исходя из вышесказанного, современная институциональная теория под фирмой понимает объединение собственников факторов производства, которые связаны сетью контрактов, что позволяет минимизировать транзакционные издержки. Институт фирмы возникает на основе включения долгосрочных контрактов в ее внутреннюю структуру. В качестве достоинства такого образования выделяют то, что фирма обладает большим разнообразием и большей точностью инструментов управления [Уильямсон, 2002].

¹ Транзакция — сделка, операция, контракт.

Итак, в основу неоклассики заложена технологическая концепция фирмы, а основой институциональной теории является контрактная концепция фирмы. В соответствии с технологическим подходом, фирму рассматривают как структуру, оптимизирующую издержки при заданном выпуске, который обусловлен технологическими возможностями производства. Минимально эффективному выпуску отрасли будут соответствовать минимальные издержки. С точки зрения технологической концепции, поведение фирмы является некоторым выбором способа распределения существующих ресурсов для достижения поставленной цели. Участвующие в этом процессе люди, представляющие собой трудовые ресурсы и элементы социальной системы, а также обладающие целями и интересами, в явном виде при анализе данных систем не учитываются. В неоклассической модели фирмы настройка экономического механизма происходит автоматически, при этом человек необходим лишь для принятия решений технологического плана.

В соответствии с контрактной концепцией, фирма является совокупностью взаимоотношений работников, менеджеров и собственников, ее составляющих. В институциональной терминологии их рассматривают как отношения между агентами и принципалами (собственниками, менеджерами и работниками). Как правило, подобные отношения закреплены формальными договорами (контрактами). Но в случае, когда отношения не закреплены в виде формального контракта, существуют нормы и правила взаимоотношений между работниками фирмы и управляющими, между сотрудниками фирмы, между поставщиками и потребителями продукции, которые рассматривают в виде неформальных контрактов. Следовательно, главное отличие институционального подхода к анализу функционирования производственных объектов заключается в том, что в нем учитывается активное влияние человека.

Глобальные процессы, происходящие в мировой экономике, оказали воздействие на формирование «новой» институциональной экономической теории. Под институтами «новые» институционалисты (Р. Познер, Д. Норт, О. Уильямсон, М. Олсен, Г. Демсец и др.) понимают не только социально-психологические феномены, но также и юридические нормы, и неформальные правила, которые ограничивают человеческую деятельность. По их представлениям, институты являются «правилами игры» в обществе, или созданными индивидами ограничительными рамками, которые регулируют взаимоотношения между людьми [Норт, 2005]. Это устойчивые взаимоотношения, далеко не всегда эффективные, но позволяющие уменьшать степень неопределенности и восполнять недостаток информации о возможных событиях. Вследствие этого, закрепленные в виде институтов побудительные мотивы поведения экономических субъектов в дальнейшем определяют экономические взаимоотношения и все последующее социально-экономическое развитие общества.

Институциональная экономика, применяя и дополняя инструментарий неоклассики, расширила рамки экономического анализа изучением воздействия неэкономических факторов на экономические явления. Среди неэкономических по своей природе факторов можно выделить элементы государственно-правовой системы, которые обеспечивают спецификацию и защиту прав собственности, традиции, социальные нормы и культурные особенности. Экономическую организацию рассматривают как социальный институт, концентрирующий внутри себя определенный порядок, заданный индивидуальной организационной структурой, действующим законодательством и внешними институтами.

Развитие теории фирмы с учетом *концепции ограниченной рациональности* и достаточного удовлетворения Г. Саймона оформилось в целое направление, которое получило название школы Университета Карнеги — Меллона. Основным вкладом этой школы в экономическую теорию считается научный труд Р. М. Сайерта и Дж. Г. Марча «Поведенческая теория фирмы» [Cyert, March, 1963]. *Поведенческая экономическая теория* объединила психологию и экономическую теорию, в рамках которых исследуются происходящие в экономической системе и на рынках процессы, с учетом того, что отдельные агенты испытывают определенные трудности в принятии решений [Mullainathan, Thaler, 2000]. В результате индивидуумы и группы склоняются к получению «разумной достаточности», т. е. пытаются достичь реальных целей, а не максимизировать полезность или выручку.

В 80-х гг. прошлого столетия начала развиваться *эволюционная теория фирмы*. В данной теории фирму, как правило, рассматривают как один из объектов в среде с аналогичными объектами, которую можно сопоставить с биологической популяцией. В качестве основоположников эволюционного институционализма зачастую рассматривают С. Уинтера и Р. Нельсона, чье научное исследование «Эволюционная теория экономических изменений» [Nelson, Winter, 1982] было впервые опубликовано в 1982 г., а в наше время уже считается «классикой» среди представителей эволюционной теории.

С точки зрения эволюционной теории, развитие и выживание фирмы является эволюционным процессом. В условиях неполноты информации и ограничения рациональности фирмы не смогут обоснованно выбирать стратегии поведения, которые будут гарантировать им продолжение существования. Таким образом, выживание обусловлено сочетанием корпоративной философии, на базе которой происходит выбор стратегии, соответствующей внешней для фирмы экономической среде, а также чистой случайности.

С учетом эволюционного подхода эффективная деятельность фирмы будет во многом зависеть от ее культуры (подробнее феномен культуры фирмы мы рассмотрим в гл. 9), которая играет немаловажную роль в прогрессе и преобразованиях всего общества и таких его элементов как фирмы.

Преобразующая роль культуры обуславливается состоянием ее компонентов и соответствующих им институтов: науки, образования, морали и т. д. Данные факторы во все экономические эпохи играли важную и определяющую роль в прогрессивном развитии сообщества. Однако старые институты и традиции могут сдерживать их активность, выступая в зависимости от их силы в качестве *факторов рутин*. В эволюционной теории понятие «рутина» определяется как сравнительно сложный образец поведения, применяемый под воздействием небольшого числа сигналов, легко опознаваемый и функционирующий в автоматическом режиме. Иными словами, «рутина» — это образец традиционного ведения деятельности.

Большая часть ученых не сомневается в том, что эволюционная теория экономики принадлежит к социально-институциональному направлению экономической мысли. Существует даже такое направление, как институционально-эволюционная теория и понятие «эволюционный институционализм», хотя теория эволюционной экономики развивается самостоятельно, лишь используя достижения институционалистов.

Особенность институционального подхода к формированию концепции современной фирмы проявляется в том, что в последние десятилетия происходят значительные изменения в условиях, в которых фирма осуществляет свою хозяйственную деятельность. Наряду с нехваткой ресурсов, усложнением производства, ужесточением конкуренции и нарастанием проблем со сбытом продукции, которые связаны в том числе и с изменением запросов потребителей, усложняются отношения между фирмой и государством, а также между фирмой и обществом. Возникает необходимость значительного изменения *внутренней среды* фирмы с целью приспособления к происходящим изменениям во *внешней* для нее *среде*.

Необходимо отметить, что главной целью фирмы в индустриальную эпоху было обеспечение уменьшения издержек и роста прибыли с целью выживания в жесткой конкурентной борьбе. Путем оптимизации планирования, улучшения организации и автоматизации производства внутри фирмы постоянно боролись за рост производительности труда. Структура фирмы становилась сложнее, превращая организацию в многоуровневую бюрократическую систему. Творчество в такой фирме не являлось значимым фактором производства, ввиду того, что материальные потребности в обществе еще не удовлетворялись настолько полно, чтобы появилась возможность для реализации новых стимулов и мотивов трудовой деятельности.

В конце 70-х гг. XX в. начинают формироваться основы постиндустриального общества. Как уже отмечалось выше, сущность данного процесса, заключается в первую очередь в изменении системы мотивации и стимулирования человеческой деятельности, которое было связано с усилением ориентации на нематериальную составляющую ценностей. На этом этапе перехода к постиндустриализму начинает формироваться «развитая»

(Дж. Гэлбрейт), или «адаптивная» (О. Тоффлер), корпорация. Такой тип корпорации не принуждает к максимизации прибыли и не добивается этого, имеет не одну, а множество целей, подчиненных принципу совместимости целей общества, организации и личности [Гэлбрейт, 1969]. Адаптивная корпорация, соподчиняющая свои цели с интересами работников и общества, позволяет рассматривать ее и как экономический, и как социологический институт [Иноземцев, 2007].

В приближающейся к постиндустриальному типу корпорации появляется новый тип работника — «ассоциативный человек» [Антипина, 1998]. Такой тип работника обладает творческим мышлением и умеет по-новому взглянуть на известные данные, на основе этого может эффективно решать возникающие проблемы в отличие от «организационного человека» — работника традиционной корпорации, который противопоставляется ему. О. Тоффлер указывал на то, что «ассоциативный человек», в отличие от «организационного человека», который боялся риска, открыт навстречу ему (понимая, что в быстроизменяющемся обществе даже неудача является временной). Также отмечалось, что при столкновении с неизвестными проблемами «ассоциативный человек» стремится к новаторству, в отличие от «организационного», который привык решать рутинные проблемы с помощью четко определенных правил. Это также нашло свое отражение в нарастающей зависимости современной корпорации от ее персонала.

В 80-х гг. XX в. экономистом Р. Э. Фриманом [Freeman, 1984] была сформулирована широко известная сегодня *теория стейкхолдеров*, под которыми понимают любых индивидуумов, группы или организации, которые оказывают существенное влияние на процесс принятия фирмой решений или оказываются под воздействием этих решений. С точки зрения этой теории, фирма должна активно выстраивать гармоничные отношения со всеми группами стейкхолдеров (даже несмотря на наличие конкурирующих целей у каждой из групп) — как внешними (покупатели продуктов компании, поставщики ресурсов, государство, местное сообщество (социум), общественные группы (организации) и др.), так и внутренними (собственники компании, ее наемные менеджеры, персонал компании и др.). Термин «заинтересованные стороны» в рамках теории стейкхолдеров стал базовым понятием концепции корпоративной социальной ответственности (КСО), основные положения которой и особенности ее внедрения в российскую бизнес-практику мы более подробно рассмотрим в гл. 8.

С середины 90-х гг. прошлого столетия в условиях развития информационных технологий, ускорения НТП и процесса внедрения инноваций, усиления индивидуализации потребления начала развиваться *сетевая форма организации бизнеса*, предполагающая юридическую независимость фирм, включенных в сеть. Особенностью сетевой структуры является использование во внутрифирменной среде рыночных механизмов, позволяющих на до-

говорной основе получать доступ к ресурсам партнера и единой ресурсной и информационной базе. В итоге стало увеличиваться количество стратегических альянсов, слияний и поглощений, начали возникать виртуальные компании и компании «без границ». По мнению М. Кастельса, сети — это фундаментальный материал, на основе которого строятся и будут строиться новые организации [Кастельс, 2000]. Таким образом, сетевые компании — это результат эволюции процессов организации социально-экономической системы с целью адаптации к новым условиям хозяйствования.

Итак, в современном мире фирмам необходимо модернизировать свою структуру в соответствии с целью приспособления к быстро изменяющимся условиям. Невзирая на некоторые расхождения в существующих концепциях фирмы, нет причин, по которым можно было бы пренебречь одним подходом в пользу другого. Процессы глобализации, вносящие изменения как в экономическую, так и во всю общественную жизнь, порождают потребность в создании глобальной концепции фирмы, которая будет соответствовать политическим, экономическим, социальным и гуманистическим потребностям современного общества. В рамках данной концепции фирма является важным социально-экономическим институтом, который позволяет людям участвовать в экономической деятельности с максимальной эффективностью.

В современных условиях, в которых в результате информационной революции новые продукты появляются быстрее, чем в них возникает потребность у общества, залогом успеха в конкурентной борьбе будет не следование спросу, а его формирование. Доминирующим фактором в производстве становятся знания и творческий потенциал работников фирмы, которые являются и основным фактором ее успеха на рынке. Фирмы, не включающие в свою производственную стратегию максимальное использование интеллектуального потенциала своих работников, становятся неконкурентоспособными. Таким образом, одним из основных отличий современной фирмы от ее прежних форм является изменение роли человека в организации.

Качественные изменения в концепции фирмы, связанные с двумя эпохами развития общества (индустриальной и постиндустриальной), и возрастающее значение человека в ее деятельности подтолкнули нас к пониманию того, что экономическая организация начинает трансформироваться из формальной структуры, создающей конечный продукт и максимизирующей прибыль, в сообщество людей, объединенных одной целью и пронизанное элементами творчества.

Задания и тесты

1. *Ролевая игра А.И.Д.А.* (в группе). *Цели:* сформировать навыки командообразования; развить творческое мышление; получить опыт создания коллективного продукта:

- 1.1. Необходимо разделить на команды с приблизительно одинаковым количеством участников.
- 1.2. Командам нужно совместно выбрать сферу деятельности фирмы (одинаковую для всех команд).
- 1.3. Далее каждая команда в ходе обсуждения (примерно 15–20 мин) должна разработать название, рекламный слоган и логотип своей фирмы.
- 1.4. По два участника из каждой команды (один, возможно, обладает навыком художника, а другой — хороший оратор) презентуют свои проекты.
- 1.5. По итогам выступления участники оценивают проекты друг друга (по возможности, объективно) и далее результаты соотносят с классической маркетинговой моделью рекламы *A.I.D.A.*
2. Психотехническое упражнение «*Как добиться успеха*» (индивидуально).

Цель: развить навык выработки тактики и стратегии поведения:

- 2.1. Каждому участнику в течение 1 мин следует подумать и затем перечислить в письменной форме самые важные дела, которые он хотел бы успеть выполнить с данного момента и до конца жизни.
- 2.2. Такую же процедуру повторить для тех дел, которые участник планирует выполнить в течение ближайших трех лет.
- 2.3. Такую же процедуру повторить для тех дел, которые участник планирует выполнить в течение ближайших шести месяцев. Каждое задание выполняется на новом листе бумаги.
- 2.4. Затем участник просматривает все три листа и из каждого выбирает три самых важных дела и переписывает их на чистый лист бумаги;
- 2.5. Из нового списка важных дел, выбираются еще три важнейших, и ведущий оглашает правила, которые помогут добиться успеха.

Вопросы

1. Каковы характерные черты доиндустриального, индустриального и постиндустриального этапов развития общества?
2. Какие существуют концепции фирмы?
3. Каковы особенности различных концепций фирмы?
4. Как определяют понятие транзакционных издержек?
5. Каковы характерные особенности современной фирмы?

Список литературы

1. *Антипина О. Н.* Тенденции гуманизации экономики при переходе к постиндустриальному обществу. М.: ТЕИС, 1998.
2. *Иноземцев В. Л.* За десять лет. К концепции постэкономического общества. М.: Academia, 1998.
3. Институциональная экономика. Новая институциональная экономическая теория / под ред. А. А. Аузана. М.: ИНФРА-М, 2005.
4. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭ, 2000.
5. *Махлун Ф.* Теории фирмы: маржиналистские, бихевиористские и управленческие / Вехи экономической мысли. Теория фирмы. Т. 2 / под ред. В. М. Гальперина. СПб.: Экономическая школа, 2002.

*Гудкова Татьяна Викторовна,
Заздравных Алексей Витальевич,
Улупова Валерия Леонидовна*

**СОВРЕМЕННАЯ ФИРМА:
ПОВЕДЕНИЕ, СТРАТЕГИИ И КУЛЬТУРА**

Учебное пособие

ISBN 978-5-906783-86-8



9 785906 783868