

Горняк О.В.,

*д.е.н., професор, зав. кафедри економічної теорії та історії економічної думки
Одеського національного університету імені І.І. Мечникова*

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО АНАЛІЗУ ФІРМИ У ПОСТКРИЗОВИЙ ПЕРІОД

Анотація. У статті проводиться порівняльний аналіз теоретичних підходів концепції компетенцій та еволюційної теорії економічних змін до аналізу підприємства в посткризовий період. Надаються рекомендації щодо поведінки підприємства на ринку в організації внутрішньофірмової діяльності.

Ключові слова: фірма, підприємство, компетенції, знання, рутини, теорія компетенцій, еволюційна теорія економічних змін, поведінка підприємств.

Світова фінансово-економічна криза вплинула вирішальним чином на всі сфери та рівні економіки. Посткризовий період, що виявився затяжним, нестабільним та суперечливим як для розвинених країн, так і для країн, що розвиваються чи трансформують економіку. Найбільш значних і суттєвих зрушень потребує мікроекономіка, хоча і макроекономічні моделі розвитку застаріли і повинні модернізуватися. Функціонування і розвиток підприємств базується на приватній ініціативі, на відповідних стимулах і мотивації. У посткризовій економіці, де більшість державних програм спрямована на макрорівень, підприємствам необхідно змінювати тактику і стратегію поведінку. В теорії фірми, що розвиваються в рамках неінституціональної економічної теорії, такі напрями і підходи розроблені, але перетворення їх у практику пов'язане з тим, що в реальній дійсності підприємства функціонують не лише в чистому економічному середовищі, де діють економічні закони і закономірності, але і в соціальному, політичному, економічному вимірах, які важко вбудувати в теоретичні моделі.

Незважаючи на вказані труднощі, дослідження необхідно продовжувати. Серед різноманітних напрямів, на нашу думку, найбільш продуктивними є теорія компетенцій та еволюційна теорія економічних змін. Порівняльний аналіз цих двох теоретичних підходів надає можливість вирішити деякі нагальні проблеми розвитку підприємств у посткризовий період.

Дослідженням підприємств займаються провідні вчені різних країн. Серед них слід відзначити О.Е. Вільямсона, С. Вінтера, Г. Гамела, П. Коганде, П. Лерина, Д. Марча, К. Менара, Р. Нельсона, М. Поланьї, Е. Пенроз, К. Прахалада, Г. Саймона, Ю. Уманціва, Й. Шумпетера. Ідеї, викладені в

роботах названих економістів, отримують подальший розвиток у даній статті, метою якої є дослідження особливостей фірми у посткризовий період на основі теоретичних підходів до її аналізу з точки зору концепції компетенцій та еволюційної теорії економічних змін.

Ресурсна теорія є «менеджерською» версією підходу до фірми як зосередження компетенцій. Вона отримала свій розвиток у роботі Едіт Пенроз [1]. Фірма, за Е. Пенроз, є зосередженням виробничих ресурсів і, більше того, гетерогенність знань, які вона нагромаджує, надає їй унікальні властивості. Цей напрям почав інтенсивно розвиватись як стратегічний аналіз зі спробами формалізації, а серед дослідників варто виділити Г. Гамела і К. Прахалада [2,3].

Еволюційна теорія зобов'язана, в першу чергу, роботі Р. Нельсона і С. Вінтера: «Еволюційна теорія економічних змін» (1982) [4]. Вона, відштовхуючись від ідей Й. Шумпетера, ґрунтується на трьох елементах: критиці стандартної економічної теорії, аналогії з біологією та мікроекономічному аналізі, побудованому на концепції рутини.

Попри їх відмінності, ці два підходи розділяють ключові погляди, що чітко їх відрізняє від контрактних підходів. Концепція контракту, інформаційна асиметрія і спонукання залишають місце знанням, рутині, ресурсам і компетенціям. На основі цього ресурсна теорія пропонує нове бачення природи і динаміки фірми. Ресурси фірми на даний момент можуть бути визначені як відчутні (фінансові, фізичні, людські), так і невідчутні (знання, патенти, бренди, репутація). Вони або специфічні для фірми (як репутація), або знеособлені (наприклад, куплені на ринку). Уміння фірми поєднувати ресурси з метою виконання певних завдань або забезпечення певної діяльності є її компетенціями. Компетенції фірми специфічні, отже, важко передаються іншим. На рівні індивідів, компетенція є реалізованим знанням. Інформація — це сукупність структурованих даних, які не можуть породжувати нову інформацію.

Знання на рівні індивіда це — сукупність уміння, пізнавальні властивості та здатність навчатись (виробництво нової інформації і знань). Вони є ресурсом для фірми. Рутини визначені Р. Нельсоном та С. Вітером, як усі схеми регулярної і прогнозованої

поведінки фірм. Вони відіграє ту ж роль у економіці що і гени в теорії біологічної еволюції. Рутину характеризує сукупність організаційних взаємодій більш-менш кодифікованих для вирішення конкретних проблем.

Підтримуючи поведінкову гіпотезу обмеженої раціональності, Р. Нельсон і С. Вінтер відмічають, що фірми не мають можливості реалізувати оптимальний розрахунок, особливо, якщо оточення нестабільне, а рішення складні та непевні. За цих умов ті, хто приймає рішення, приймають задовільні рішення, бо кращих рішень неможливо досягти. Гіпотеза максимізації прибутку, згідно стандартного підходу, відкидається. Звичайно, рішення на основі розрахунку не можуть бути повністю відкинуті, однак вони витісняються рутинною та звичайми, що визначають людську поведінку.

Згідно вальрасівських припущень, усі фірми мають однаковий доступ до факторів виробництва. Однак, згідно підходу на основі компетенцій, необхідні для фірми ресурси є специфічними і тому не можуть бути прямо куплені на ринку. Розвиток та властивості фірми ґрунтуються на ендогенному процесі створення і нагромадження таких ресурсів. З цього погляду фундаментальна відмінність між еволюційною і ресурсною теоріями є визначення гетерогенності фірм: вони не мають однакових характеристик і однакових спроможностей навіть у рамках одного сектору.

Увага, надана внутрішньому створенню ресурсів, логічно супроводжується проблематикою виробництва, на протизагу контрактним підходам, які цікавляться лише проблемою алокації ресурсів. Однак створення ресурсів не може бути об'єктом контракту. Виробництво ґрунтується на здатностях індивідів, здатностях, які, враховуючи специфічну природу людського капіталу, не задані завчасно. Отже, умови привчання на фірмі є вирішальними.

Якщо контрактний підхід віддає перевагу статичній ефективності, еволюційний концентрується на динамічній ефективності. Якщо знання та компетенції є основою властивостей фірми, то необхідно зрозуміти умови їх формування, еволюції і трансформації. Більше того, фірма підкорюється «законам стежки» (path-dependancy). Це означає, згідно еволюціоністів, що «історія пам'ятає» у тому розумінні, що майбутня поведінка фірми визначається її попередніми інвестиціями та набором рутинних дій. Тобто еволюційний шлях фірми попередньо визначений природою її специфічних активів. Такий погляд ставить під сумнів стандартну теорію, згідно якої фірми розпоряджаються багатьма технологіями, які вони можуть вибрати завжди, в залежності від співвідношення цін на фактори.

Нарешті, врахування повної непевності (неможливо передбачити майбутнє, наприклад, результати

досліджень) зобов'язує зосередити увагу на питаннях привчання та інновацій. З цього погляду, фірма повинна враховувати складність та зміни середовища, незважаючи на результати свого попереднього розвитку.

Контрактна концепція повністю ґрунтується на гіпотезі, згідно якої фірма представлена як «інформаційний процес», тобто її поведінка може бути визначена з інформаційних сигналів, які вона сприймає зі свого оточення. Інформація — це закрита сукупність потенційно доступних можливостей, але не для всіх економічних суб'єктів. В такій ситуації народжується поняття асиметричності інформації [5;6].

Така увага до проблем інформації в концепції, що ґрунтується на знаннях, виходить з гіпотези субстантивної раціональності, яка використовується більшістю контрактних теорій. Можливість інтродукції когнітивних підходів як, наприклад, привчання, стає неможливим, і когнітивні спроможності агентів або задані, або деформуються в залежності від інформації, отриманої агентами. Поняття знань починає розглядатись як простий склад акумулювання потоку інформації.

Для підходів, що ґрунтуються на компетенціях, центральним стержнем є знання. Знання розглядаються як спроможність навчання і пізнавальні властивості, тоді як під інформацією розуміється сукупність сформатованих та структурованих даних, які самі по собі не можуть створювати нову інформацію. Навпаки, знання є відкритою сукупністю, суб'єктивною, яка є результатом інтерпретації інформації індивідами. Наприклад, ріст дивідендів фірми провокує різну реакцію акціонерів, керівників, працівників. Тобто, маючи однакову інформацію, різні економічні суб'єкти реагують на неї по-різному.

Підхід на основі компетенцій, який надає перевагу способу організації виробництва, кардинально змінює погляд на природу фірми. Логічно, що центральне місце надається при погляді на знання як стержня фірми привчання. Розрізняють два рівні привчання. Перший визначається як рутинне привчання, яке залежить від повторення дій і їх імітації. Чим більше індивіди повторюють діяльність, тим більше вони вдосконалюють свою кваліфікацію. Це — перший рівень, який реалізується у встановлених рамках. Другий рівень привчання полягає в реалізації досвіду під час виробничої діяльності, якщо характер діяльності змінюється.

Починаючи з цього, завданням фірми є кодифікація знань, реалізованих у привчанні. І відмінність між знаннями «взагалі», і знаннями кодифікованими, згідно М. Полані є основою [7]. Знання «взагалі» можуть бути реалізованими лише тими, хто їх має і нерідко володіння ними ігнорується або

нехтується їх власниками. Такі «приховані» знання є продуктом розповсюдження, освоєння якого вимагає великих витрат при реалізації. Кодифікація формує процес, при якому відбувається перетворення знання у інформаційне послання; воно, таким чином, перетворюється у носія, відділене від суб'єкта, який його створив. Згідно підходів, які ґрунтуються на компетенціях, існування «прихованих» компетенцій пояснює труднощі імітації і їх пристосування до потреб інших фірм.

І, нарешті, феномен привчання, який створює нові знання, має бути втілений у організаційну рутину. Наголошуючи на організаційному привчанні підхід щодо компетенцій пропонує позитивне обґрунтування існування фірми, яка, з його погляду, з'являється не лише внаслідок «провалів» ринку. Вона більше не результат помилок останнього, а має власну ефективність, яка забезпечує діяльність, неможливу для ізольованих індивідів. У цій перспективі, фірма має три принципових переваги [8]. Вона, перш за все, з'являється як засіб збільшення можливостей переробки інформації, розширюючи ареал раціональності співробітників фірми. Крім того, фірма є засіб зменшення конфліктів між її членами. Згідно Р. Нельсона і С. Вінтера, організаційні рутини спрощують координацію у фірмі та зменшують витрати, «каналізуючи» конфлікти. При невизначеному оточенні, рутини стимулюють адаптивну поведінку індивідів, а, отже, і фірми завдяки установленим спільним правилам, власній виробничій «мові» і взаємним цілям.

Механізм привчання і рутини, скомбіновані з ресурсами, є основою компетенцій фірми. На компетенціях ґрунтуються конкурентні переваги фірми. Тому фірма мусить визначити такі компетенції, які здатні забезпечити їй ці переваги.

Згідно з Тівоньяком, для таких компетенцій мають бути виконані шість умов [9, р. 166-204]:

- 1) вартість: компетенція має дозволити використати опортунізм, або нейтралізувати загрозу від зовнішнього середовища, або ж забезпе-

чувати значний внесок у цінність кінцевого продукту для клієнта;

- 2) рідкість: компетенція має бути раритетною, тобто обмежена кількість фірм може мати до неї доступ;
- 3) труднощі імітації: компетенція має бути важкою в імітації для того, щоб конкуренти не могли розробити аналогічну стратегію;
- 4) довговічність: довговічність компетенції залежить від таких факторів як тривалість циклів технологічних інновацій, частота входу нових виробників у діяльність тощо;
- 5) незамінність: для збереження цінності, компетенція не повинна мати субститути, які легко продукувати;
- 6) привласнення: необхідність для фірми привласнювати прибуток від результатів використання компетенцій, тому питання власності є головним.

Лише при існуванні цих шести умов, фірма може досягти конкурентних переваг.

Теорія компетенцій стала відома після появи статті Г. Гамела і К. Прахалада у 1990 році [3]. У ній стверджувалось, що розвиток фірми спирається, перш за все, на певні базові професії, які викристалізують фундаментальні компетенції фірми. Їх передача та імітація важка, і компетенції знаходяться в основі репутації фірми. Вони розподілені у таких різних областях, як людські ресурси, маркетинг, сервіс, наукові дослідження та розробки тощо. Деякі приклади компетенцій фірм ілюструє таблиця 1.1.

Існування фундаментальних компетенцій пояснює, чому деякі фірми працюють краще, ніж інші. Такий підхід, пропонуючи погляд, відмінний від теорії трансакційних витрат, оновлює погляди на визначення меж фірм на основі трьох принципових мотивів, за якими стає зрозумілим їх концентрація лише на одній або двох основних компетенцій.

Перший стосується обмежених когнітивних здатностей членів фірми. У контексті економіки,

Таблиця 1.1.

Характеристика компетенцій фірм, що створюють конкурентні переваги [8, р. 231]

Сфера	Компетенції, що створюють конкурентні переваги	Фірма
Людські ресурси	Рідкісні знання формування і розвитку людських ресурсів	IBM
Наукові дослідження та розробки	Спроможність створювати абсолютно нові продукти	Sony
Компетенції	Оригінальність дизайну та індустріальної естетики	Apple
Логістика	Спроможність оптимізувати витрати логістики та постачання	Carrefour
Виробництво	Гнучкість технології та швидкість масового виробництва для задоволення масових потреб	Benetton MacDonald
Продажа і дистрибуція	Створення і контроль мережі роздрібної торгівлі	Louis Vuitton
Маркетинг	Управління торговою маркою	L'Oreal
Сервіс	Повне обслуговування споживання продукту	Decaux
Продажа	Післяпродажний сервіс	Darty

яка ґрунтується на знанні, індивіди мають когнітивні здібності, які з часом еволюціонують. Тому важливим є спосіб, яким ці індивіди їх сприймають. Спираючись на роботи Д. Марча, Г. Саймона, П. Коганде і П. Лерина [10], слід відзначити, що індивіди мають обмежені можливості концентрувати свою увагу і тому можуть зосередитись лише на декількох процесах привчання. Враховуючи швидкість виробничих процесів і кодифікації нових знань, якраз увага, а не інформація, стає рідкісним ресурсом. Отже, створюються два простори знань індивіда: один, у якому він концентрує свою когнітивну увагу і активно бере участь у створенні знань, і інший, у якому він задовольняється бути інформованим. Перенесений на рівень фірми, такий розподіл простору знань пояснює, чому фірма буде концентрувати свої когнітивні ресурси на одній або двох базових компетенціях, які необхідно ідентифікувати, розвинути, захищати і полегшувати. Більше того, у економіці, яка ґрунтується на знаннях, менеджмент компетенцій дуже дорогий. Виробництво, нагромадження та циркуляція стратегічних знань між складовими фірми вимагають інвестицій і постійних зобов'язань для підтримки і підсилення конкурентних переваг. Враховуючи імперативи витрат, фірма може відбирати та утримувати лише обмежену кількість базових компетенцій.

Останній мотив також пояснює концентрацію ресурсів на одній або двох базових компетенціях. Як відмічає Дж. Річардсон, існує спадна продуктивність бажання розширити ресурси знань на багато видів діяльності [11]. Тому фірми зацікавлені у концентрації своїх ресурсів на близьких видах діяльності, тобто таких, які вимагають приблизно однакових знань.

Існування двох просторів діяльності фірми пояснює, з погляду еволюційної перспективи, як фірма може розвиватись з часом. Еволюціоністи пропонують ендегенне пояснення змін її принципових діяльностей. Використовуючи неосновні компетенції, фірми можуть вдаватись до інших траєкторій розвитку, які відрізняються від попередніх, що ґрунтувались на основних компетенціях та розроблених на їх основі рутинних процесах. Ці додаткові компетенції можуть бути як у джерелах виробничого потоку, так і у його закінченні (маркетинг, дистрибуція тощо). Як один з факторів розвитку фірми, побічні компетенції можуть реалізуватись у вигляді нових продуктів, нової траєкторії зростання та закріплення на ринках.

Отже, еволюційна фірма визначається як сукупність індивідуальних і організаційних компетенцій, яківона утримує. Ці компетенції, щовона інтегрує з багатьох прихованих знань, закріплені у рутині фірми і, в основному, зростають завдяки механізму привчання. Виходячи з цього, фірма вписується в

траєкторію специфічного технологічного розвитку, потенційно неоптимального. Ключовий момент цього підходу є двоїстість рутинної інерції: вона позитивна, бо дозволяє закріпити та поліпшити компетенції фірми, і негативна внаслідок гальмування процесів використання інших компетенцій.

Основний мотив Р. Нельсона і С. Вінтера полягає не стільки у створенні теорії фірми, скільки у дослідженні еволюції індустрії в контексті, де визначальним є інновації. Виходячи з цього, окрім стилізованої концепції еволюційної фірми, яку ми розглянули перед цим, важливо використати додаткові поняття технологічних режимів і парадигм, що дозволяють більш чітко окреслити технологічний життєвий цикл індустрії. Сутність технологічного режиму було глибоко проаналізоване С. Вінтером, [12]. Він визначається природою знань і способом народження в індустрії. Враховуючи важливість інновацій в економічній системі, впроваджений технологічний режим має, безсумнівно, дуже сильний структуруючий вплив на організацію та еволюцію індустрії.

С. Вінтер розрізняє два протилежних стани: індустрію, яка функціонує в рутинному режимі і є сприятливою для вже існуючих фірм, і таку, що функціонує у підприємницькому режимі, сприятливому для нових прибульців і несприятливому для фірм-аборигенів. Цей розподіл впливає з ідей Й. Шумпетера [13], у яких він, з одного боку, висвітлює роль підприємців-інноваторів у процесі «творчого руйнування» (логіка підприємництва), з іншого, навпаки, підкреслює виняткову роль великих фірм у забезпеченні інновацій (логіка рутини). Але, якщо Й. Шумпетер вважає, що його аналіз відповідає двом етапам економічного розвитку, відповідно, XIX і XX сторіччям, Вінтер вважає, що підприємницький і рутинний режими співіснують і відповідають різним типам виробництва.

У рутинному режимі нові знання і компетенції є результатом ринкового досвіду. Вони інтегрують різноманітні приховані знання, які формуються з поглиблення попередніх знань та з процесів привчання. Враховуючи таку логіку, тісні зв'язки між попередніми знаннями та майбутніми, непевність щодо очікуваної економічної цінності діяльності є відносно невелика: «ми знаємо, куди йдемо», у якому напрямі і як знаходити нові продуктивні комбінації, що відповідатимуть креативним інноваціям. Внаслідок цього фірми-аборигени, які володіють нагромадженими попередніми знаннями, закріпленими у рутині, і які їх постійно вдосконалюють в процесі функціонування на ринку, мають значні переваги.

В підприємницькому режимі, навпаки, нові знання радикально відрізняються від існуючих: мова йде про «радикальні інновації», а не «поступові».

Логіка розширення знань тут переважає логіку поглиблення знань. Приховані складові цих знань є незначними, тоді як непевність щодо їх економічної цінності є, навпаки, дуже великою, бо вони ще ніколи не були упроваджені в економічному процесі. За цих умов фірми-аборигени програють, внаслідок інерції їх рутин, зовнішнім суб'єктам (нові підприємства, створені підприємцями-інноваторами, або фірми, які належать до інших галузей), які мають більшу ймовірність реалізувати радикальні інновації.

Однак, можна піти далі, щоб показати, що технологічний та рутинний режими не лише специфічні для різних галузей, але і для різних фаз однієї і тієї галузі: вони змінюють одна одну з плином часу, створюючи таким чином технологічну систему (парадигму).

Багато прикладів підтверджують відмінність цих різних (підприємницьких і рутинних) режимів. Наприклад, Ч. Карлсон запропонував у свій час фірмі Кодак взятися за доведення до виробництва новий фотокопіювальний апарат. Фірма відмовилась, аргументуючи це тим, що виробництво цього апарату не буде економічно рентабельним і що, в кінці кінців, цей напрям не відповідає основній діяльності — фотографії. Це рішення гарно ілюструє попередні гіпотези: для Кодака освоєння виробництва таких апаратів означало підкоритися логіці інноваційного розширення, а не поглиблення, і великий ризик зайнятися новим продуктом на основі нових інноваційних ідей спричинив відмову. Ч. Карлсон після цього заснував власну фірму, тепер відому всім — Херох.

У свою чергу, пізніше фірма Херох відмовилась С. Джобсу організувати виробництво зовсім нового продукту — персонального комп'ютера, бо не вірила, що він знайде покупців і, до того ж, його виробництво не відповідало основній діяльності. Після невдалих спроб зацікавити ІВМ і Hewlett-Packard, які йому відмовили з тих же причин, С. Джобс заснував власне підприємство — Apple Computer [3 р. 146-147].

Інші приклади можна привести з так званої нової економіки, пов'язаної з Internet. У цьому секторі діяльність вимагає кардинально нових технологій, до яких існуючі фірми відносяться дуже обережно і тому залишають місце для підприємців-інноваторів. Слід зазначити, що найважливішою особливістю у пошуках інновацій є те, що вони робляться не в будь-якому напрямі, а у відносно визначеному.

У цьому плані підприємницький режим характеризує першу фазу технологічної парадигми у цій фазі, упроваджені інновації радикально нові і їх економічна цінність дуже непевна. Уся сукупність нових фірм починає експлуатувати «нові можливості». З часом, деякі напрями виявляються плідними,

тоді як інші заходять у глухі кути. Кумулятивне формування компетенцій і рутин підприємств вписує їх в специфічні технологічні траєкторії, забезпечуючи технічний прогрес. Разом з цим скорочується вибір можливостей, а також економічна цінність освоєних інновацій. Ефекти досвіду та привчання примножуються, роль прихованих компетенцій зростає, що спричиняє зростання бар'єрів входу в сектор. Це означає перехід від підприємницької до рутинної фази парадигми, зростання концентрації сектору за рахунок найменш ефективних фірм.

Ця парадигма, за певних умов, може бути переглянута при впровадженні радикально нових інновацій: здійснюється технологічний розрив, який трансформує характер виробництва та організацію ринкових структур. Фірми-аборигени починають програвати внаслідок інерції їх рутин, тоді як нові фірми починають забезпечувати підприємницьку фазу нової парадигми, яка визначає контури нового життєвого циклу технології сектору.

Подальший розвиток теорії ґрунтується на схемі Р. Нельсона і С. Вінтера: фірми визначаються згідно з центрами їх компетенцій, які автори визначають як «базові компетенції». Ці компетенції інтегрують числені приховані складові, акумулюються в рутинних організаціях і розвиваються в процесі привчання. Фірми з вищевикладених причин прогресивно вписуються у специфічну технологічну траєкторію.

На цій стадії, однак, виявляється, що запропонована схема не дозволяє враховувати важливі елементи організації та еволюції фірм:

- окрім відмінностей між фірмами, які пояснювались Р. Нельсоном і С. Вінтером, спостерігається різноманітність портфелів діяльності всередині кожної фірми;
- розподіл діяльностей всередині фірм не є ні випадковим, ні виключно орієнтованим на прибуток: він підтримується певними зв'язками, які необхідно пояснити;
- деякі фірми вирішують значно модифікувати портфель своєї діяльності, різко змінюючи технологічну траєкторію.

Пояснюючи зв'язаність підприємства та його еволюцію, автори доповнюють первісну схему аналізом, який виходить з теорії компетенції: окрім його основних компетенцій, фірми мають потребу у компетенціях, необхідних для нормального забезпечення виробництва, наприклад, досліджень та упроваджень розробок, маркетингу, реалізації тощо.

Але фірми можуть бути зацікавлені в інтеграції цих допоміжних компетенцій:

- виходячи з транзакційних мотивів, у руслі гіпотез О. Е. Вільямсона: якщо вони шукають ринок для своїх допоміжних компетенцій, то можуть мати сумнів у опортуністичній поведінці своїх партнерів і тому вважають за краще залишити їх інтегрованими;

— з погляду когнітивних мотивів: якщо допоміжні компетенції є радикально новими, то майже неможливо знайти їх на ринку, і тому фірма вимушена, щоб не втрачати темпи розвитку, забезпечити їх власними силами, хоча б на певний термін.

Існування таких допоміжних компетенцій може бути потужним чинником еволюції фірми: при певних конфігураціях, якщо технологічна траєкторія, зв'язана з базовими компетенціями, опиняється у глухому куті внаслідок або стагнуючого попиту, або вичерпання інноваційних можливостей вибраного напрямку, фірма може прийняти рішення щодо змін технологічного вектору свого розвитку, спираючись на наявні і вже освоєні допоміжні компетенції, які з часом перетворюються у базові.

Таким чином, виходячи з аналізу Е. Пенроз, Р. Нельсона і С. Вінтера, підкреслимо двоїстість компетенцій (базових і допоміжних) фірми: вони є в основі конкурентних переваг, дозволяють поліпшувати позицію завдяки процесу привчання, але, в той же час, обмежують спектр можливих еволюцій, бо визначають технологічну траєкторію, свого роду стежку, по якій фірма має йти.

Виходячи з такого синтезу еволюційної теорії фірми та підходу з погляду компетенцій, спробуємо дати відповідь на деякі принципові питання:

— що таке фірма? Це — сукупність базових та допоміжних технологій;

— чому фірми відрізняються? Тому що кожна з них вписується в специфічні траєкторії, їх еволюція визначається історією власного розвитку внаслідок прихованої природи компетенцій і локалізованого та кумулятивного зростання;

— чому існує диверсифікація портфелю діяльності фірм? Тому, що вони можуть, спираючись на власні базові і допоміжні компетенції, забезпечити сукупність діяльностей, які ґрунтуються на них;

— як фірма розвивається? Завдяки можливостям привчання у залежності від технологічних можливостей (життєві цикли технологій) і можливостей динаміки попиту (життєвий цикл продуктів), які зв'язані, з одного боку, з базовими компетенціями, з іншого, — з допоміжними.

Так, фірма Singer була створена в 1851 році, вона і виробляла та продавала швейні машини і відзначалась умінням продавати свою продукцію. До цих пір даний напрям залишається основним видом діяльності фірми (у 2001 р. їй належало біля 28% світового ринку).

Однак, з плином часу, вона також нагромадила допоміжні компетенції, які швидко трансформувались в основні. Singer акумулювала компетенції у сфері роздрібних продаж швейних машин. Використовуючи створену для цього мережу, фірма почала продавати інші товари довготривалого вжитку (телевізори, магнітофони, холодильники, пральні

машини тощо). Така орієнтація роздрібною торгівлі нині дає 68% загального обороту, тоді як швейних машин-лише 32% [3, р. 155].

Іншим можливим напрямом такого типу трансформації допоміжних компетенцій у базові для фірми може бути виробництво меблів: Singer почала випускати спеціально адаптовані столи для швейних машин. Спираючись на нові компетенції, вона організувала виробництво обладнання для офісів.

Виходячи з наведеного розуміння сутності фірми, можна запропонувати типологію великих підприємств, що ґрунтується на ключових змінних:

1) втілені компетенції, які можуть бути розсіяними або специфічними;

2) привчання, швидке або повільне;

3) інтенсивність конкуренції, яка може бути сильною або слабкою;

4) еволюційний шлях, який може бути вузьким, широким або конвергентним.

Усього виділяють 6 типів підприємств, чотири з яких існують у ситуації інтенсивної конкуренції, а два характерні для ринкового оточення зі слабкою конкуренцією. Якщо привчання є швидким, а еволюційний шлях вузьким (це характерно для секторів зі специфічними компетенціями), підприємства чітко спеціалізуються і залишаються в межах цієї спеціалізації, наприклад — Intel — у виробництві мікропроцесорів, Boeing і Airbus — у літакобудуванні.

Якщо привчання є повільним, еволюційний шлях вузьким, а використовувані компетенції специфічними, фірма має, як і в першому випадку, чітко окреслену траєкторію, але, на відміну від цього, вона вимушена активізувати інтеграційну діяльність з різними частинами виробничого потоку — від виробництва сировини до роздрібною продажі. Це пояснюється специфічністю активів і тому компетенції краще «купити», ніж освоювати самому, зважаючи на повільні темпи їх освоєння. Прикладом таких фірм можуть бути Exxon і Dupont.

Вертикальну інтеграцію стимулюють саме поєднання повільного привчання та специфічності активів. Це пояснюється тим, що:

— якщо компетенції розсіяні, то опортунізму партнера можна не боятись, адже є можливість звернутись до іншого партнера. Ця схема належить до теорії трансакційних витрат;

— якщо компетенції специфічні, освоєння (привчання) їх швидке, проблема опортунізму відчутно пом'якшується, бо це означає, що фірма може їх освоїти самостійно.

Для фірми зв'язаної диверсифікації характерним є швидке привчання та широкий еволюційний шлях внаслідок наявності розсіяних компетенцій. У цьому випадку фірма може, спираючись на сукупність своїх компетенцій, забезпечити диверсифікацію виробництва. Прикладом цього може бути Honda, яка,

маючи базову технологію по виробництву моторів, широко використовує її для виробництва багатьох типів товарів, для яких не потрібні, крім базової, якісь інші специфічні компетенції.

Фірми-мережі з'являються, якщо привчання є легким, а жорсткість технологічного шляху є сильною і залежною від інших технологій. Якщо для виробництва продукту необхідно використати компетенції, які належать до інших технологій та координувати їх комбінуванням, то це вимагає тісної кооперації між різними виробниками, бо фірма не може сама розвивати занадто різні компетенції, а ефективного використання ринкових механізмів неможливе, враховуючи велику потребу у чіткій координації діяльності. Приклади такого розвитку можна знайти у фармацевтичній промисловості, яка, почавши освоювати біотехнології, вимушена організувати тісну співпрацю з окремими науковими лабораторіями.

Конгломерати найбільш поширені у секторах слабкої конкуренції. Загальне їх визначення: фірми, які поєднують сукупність підприємств, зайнятих різними видами діяльності без взаємного технологічного зв'язку. Така організаційна форма розвивається, якщо відбір не жорсткий, а інноваційні здатності не є першорядними. Децентралізація фірми не карається, бо конкуренція не сувора. Така організаційна форма не виправдовує себе за інших умов, якщо привчання є швидким і відбір жорсткий, адаптивні здатності її знижуються внаслідок незадовільної циркуляції інформації, потенційно опортуністичної поведінки менеджерів, загальному засиллю бюрократії тощо. Це і пояснює різке зростання кількості конгломератних структур під час економічних підйомів та банкрутства їх під час рецесій.

Порожні фірми виникають, якщо відбір слабкий, а привчання швидке. Останнє зобов'язує фірми сполучати різноманітні та еволютивні компетенції для виробництва певного продукту, купуючи та продаючи підприємства відповідно до їх специфіки. Фірма називається порожньою, бо вона сама не володіє ніякою серйозною базовою компетенцією. При сильній конкуренції такі фірми нестійкі, тому що вони не можуть реалізувати процеси колективного привчання та чітко управляють сполученням компетенцій різних одиниць.

Підхід з погляду компетенцій, надаючи перевагу виробництву, глибоко оновлює аналіз фірми. Такий підхід пропонує більш реалістичне бачення фірми, ближче до реальності, у якій працюють керівники і, отже, забезпечує їм більш глибоке розуміння принципів стратегічного вибору та еволюції фірми. На противагу концепції фірми як вузла контрактів, фірма розглядається тут як справжня організація. І, дійсно, знання походять більше від колективної організації, ніж від індивідів, які її формують. Отже,

це — фірми, а не особистості, знають, як виробляти автомобілі, бензин, хліб тощо. Відмінність між індивідуальним привчанням та колективною компетенцією фірми, знаходиться в центрі досліджень щодо створення ресурсів.

Однак, ця течія теж може піддаватись критиці. Увага, надана когнітивним проблемам і привчанням виштовхує на другий план, якщо повністю не виключає проблему спонукання у фірмі, тоді як це питання є центральним, особливо для економіки, яка ґрунтується на знаннях. За таких умов виникає питання: які диспозиції дозволяють сприяти народженню знань, їх передачі? Як забезпечувати кооперацію між індивідами і одночасно захищати специфічність людської діяльності?

Більш того, центральне поняття компетенції залишається мало визначеною категорією. Як можна матеріалізувати ці компетенції? Чи йде мова про знання індивідів, знання, формалізовані у правилах та організаційні рутини, які матеріалізовані в документах? Як індивідуальні знання трансформуються у базові компетенції? Інакше кажучи, фірма не керує компетенціями, а людськими ресурсами, інформаційними і матеріальними, які, фактично, не є категоріями еволюційної теорії. Існують також формальні правила, які обмежують поведінку найманих працівників і їх автономію. Як ці правила, алокація, навчання і винагородження інтегруються з процесом привчання?

Нарешті, еволюційна теорія зосереджується на когнітивних конфліктах, повністю ігноруючи відносини власності та влади всередині фірми. Відносини роботодавця — найманий працівник в їх конфліктному просторі зовсім не розглядаються. Здається, що еволюціоністи розглядають фірму як свого роду кооператив, не враховуючи, що вона є також інституцією, вбудованою у соціальні відносини, які визначають позиції її членів.

Література:

1. Penrose E. The Theory of the Growth of the Firm. - Oxford Basil Black Well, 1959.
2. Hamel G., Prachalad C.K. Strategic Intent // Harvard Business Review. - Mai-june, 1989
3. Hamel G., Prachalad C.K. The Core Competence of the Corporation // Harvard Business Review. -Mai-june, 1990
4. Нельсон Р. Р., Уинтер С. Дж. Эволюционная теория экономических изменений. — М.: ЗАО «Финстанформ», 2000.
5. Коуз Р. Природа фірми: походження, еволюція і розвиток / Р. Коуз; за ред. О. Вільямсона, С. Вінтера; пер. з англ. А. Куликова. — К.: А.С.К., 2002. — 335с.
6. Вільямсон О.Е. Економічні інституції капіталізму: Фірми, маркетинг, укладання контрактів / О.Е. Вільямсон. — К.: Видавництво «АртЕк», 2001. — 472 с.
7. Polanyi M. The Tacit Dimension. — Peter Smith Publisher, 1966.
8. Менар К. Экономика организаций. — М.: ИНФРА-М, 1996.

9. Tywoniak S. Le modele des ressources et des competences: un nouveau paradigme pour le mahagment strategique? Repenser la strategie, Paris Vouibert, 1998, p. 166-204
10. Toares-Blay O. Economic d'entreprise. — Paris, Economica, 2000, p.231.
11. Bouba-Olga O. L'economie de l'entreprise. — Paris: Editions du Seuil, 2003.
12. Richardson G. The Oedanzation of Industry // The Economics Journal. - 1972. - Vol.87.
13. Winter S.Schumpeterian Competition in Alternative TechnologicalRegimes// Journal of Economic Behavior and Organisation. Vol.5.-198.-P.287-320.
14. Шумпетер Й. Теория экономического развития: Пер. с англ. — М.: Прогресс, 1982.
15. Уманців Ю.М. Корпоративні структури у глобальному конкурентній просторі / Ю.М. Уманців. — К.: ННЦІАЕ, 2012. — 408 с.

Горняк О.В. Теоретические подходы к анализу фирмы в посткризисный период.

Аннотация. В статье проведен сравнительный анализ теоретических подходов концепции компетенций и эволюционной теории экономических изменений к анализу предприятия в посткризисный период. Предложены рекомендации касающиеся поведения предприятий по организации внутрифирменной деятельности

Ключевые слова: фирма, предприятие, компетенции, знания, рутины, теория компетенций, эволюционная теория экономических изменений

Gorniak O. Theoretical approaches to the firms analysis in the post-crisis period.

Summary. A comparative analysis of theoretical approaches to the concept of competencies and the evolutionary theory of economic change to the analysis of the company in the post-crisis period are provided in the article. Recommendations for enterprise behavior concerning the in-house activities organization are proposed.

Key words: a firm, enterprise, competence, knowledge, routine, theory of competencies, evolutionary theory of economic change.