

ХРЕСТОМАТИЯ: ОРГАНИЗАЦИОННАЯ ЭКОЛОГИЯ

ПОПУЛЯЦИОННАЯ ЭКОЛОГИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ: КАК ВОЗНИКАЕТ РАЗНООБРАЗИЕ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ФОРМ

В. В. РАДАЕВ

Государственный университет – Высшая школа экономики

Предлагаемые в данном номере журнала переводы статей Гленна Кэрролла и Ховарда Олдрича знакомят нас с особым направлением теоретических и эмпирических исследований, возникшим в рамках американской социологии организаций и получившим название популяционной экологии организаций (*population ecology of organizations*).¹ Появление его теоретической программы связывается, как правило, с классической статьей М. Хэннана и Дж. Фримена, опубликованной в 1977 г. в *American Journal of Sociology* [Ханнан, Фримен, 2004]. К концу 1980-х гг. данное направление достигло развитого состояния, превратившись в одно из важнейших течений современной экономической социологии [Радаев, 2005, с. 258–259]. Одновременно популяционная экология тесно взаимосвязана с теориями менеджмента, чему способствовало в том числе активное пригла-

шение экономосоциологов (включая самих М. Хэннана и Дж. Фримена) в американские бизнес-школы.

Представители популяционной экологии ставят перед собой фундаментальный вопрос: откуда возникает разнообразие организационных форм? Пытаясь на него ответить, они выступают с критикой традиционной американской организационной теории 1950–1970-х гг. Согласно этой теории, опирающейся на постулаты функционализма и использующей идеи Э. Дюркгейма, Т. Парсонса и Р. Мертона, организация — адаптивная социальная система, структура которой меняется, реагируя на изменения внешней среды.² Каким образом происходит адаптация подобной организации? Ее менеджеры ищут в окружающей среде нереализованные возможности и потенциальные угрозы, формируют адекватные деловые стратегии и приспособливают

¹ Популяционная экология является фактически основным исследовательским направлением в рамках более общего подхода, носящего название «организационная экология».

² Среди наиболее известных работ в области функционалистской социологии организаций этого периода см.: [Blau, 1956; Etzioni, 1961; Merton et al., 1952; Selznick, 1957].

© В. В. Радаев, 2005

организационную структуру к новым требованиям. В силу таких когнитивных способностей менеджеров организация предстает как рациональная гибкая структура, относительно быстро адаптирующаяся к возникающим изменениям. При этом значительная часть процессов адаптации осуществляется посредством имитации уже имеющихся, наиболее эффективных организационных образцов (или образцов, которые считаются таковыми).

В противовес адаптационным теориям М. Хэннан, Дж. Фримен и их сторонники (включая авторов публикуемых ниже статей) предлагают обратиться к другому подходу — социальной экологии (*human ecology*), — созданному в начале 1950-х гг. усилиями А. Хоули [Hawley, 1950]. Разнообразие организационных форм объясняется здесь действием принципа *изоморфизма*, который обозначает процесс воспроизведения хозяйственными организациями сходных характеристик в результате столкновения со сходными вариативными условиями окружающей среды. При этом особо важно, что экологический подход выдвигает на передний план проблему *отбора* (*selection*) организационных форм, происходящего в результате рыночной конкуренции и подобного естественному отбору видов в животном или растительном мире.

Более широкую основу экологического подхода образует *эволюционная теория*, которая подчеркивает исторически обусловленный характер изменений.³ Поэтому здесь отрицается существование универсальной, наиболее эффективной формы организационного устройства, а развитие перестает отождествляться с прогрессом (т. е. с переходом ко все более эффективным организационным формам). Вместо этого обращается внимание

на то, что среда порождает разные организационные формы, каждая из которых имеет свои шансы на выживание и распространение, а развитие принимает множественные направления. Важно и то, что эволюционный механизм не сводится к процессам кумулятивных изменений, происходящим в результате естественного отбора, и немалое внимание уделяется случайным, вероятностным изменениям.

Сторонники экологического подхода считают, что адаптивные способности организаций, в том числе их способности к имитации наиболее успешных практик, сильно преувеличены. Дело в том, что большинство организаций характеризуется сильной *структурной инерцией*. Она обусловлена фиксированными репертуарами действий (подобными генотипу у живых организмов) и характеристиками, впечатанными в них (*imprinted*) с момента истории возникновения [Stinchcombe, 1965]. Эта инерция формируется под воздействием как внутренних, так и внешних факторов. К первым относятся: ранее сделанные инвестиции в специфические активы и навыки; ограниченные возможности сбора и обработки информации; негативные политические реакции на нарушения равновесного состояния во внутриорганизационном распределении ресурсов; установившиеся в организации нормативные порядки. Вторые же проявляются через действие административных и финансовых барьеров входа на рынок и выхода с него; давление со стороны других организаций, имеющих сходную структуру; возникновение проблем легитимации организационных форм. В результате структурной инерции организации выступают как относительно устойчивые образования, противостоящие изменчивой и неопределенной внешней среде.

Характерно, что способы оптимизации организационных форм определяют

³ О проблемах эволюционизма применительно к экономической теории см., напр.: [Hodgson, 2001].

ся здесь именно с точки зрения требований среды, а не отдельных участников рынка. Безусловно, популяционные экологи являются приверженцами принципа рациональности. Но, как мы знаем, действия, оптимальные с точки зрения отдельного участника рынка, могут быть далеки от таковых с позиции всей отрасли, если и другие фирмы последуют тому же примеру. Основная особенность экологического подхода заключается в том, что принцип «коллективной рациональности» (collective rationality) господствует здесь над индивидуальной рациональностью отдельных фирм. Это не отрицает важности стратегического выбора, осуществляемого менеджментом, для дальнейшей судьбы организаций. Но будет ли избранная стратегия пригодна в изменившихся условиях, зависит уже не от менеджеров. Вот как говорят об этом М. Хэннан и Дж. Фримен в упомянутой выше статье: «В теории фирмы чрезвычайно распространен взгляд, в соответствии с которым лица, принимающие решения в организации, оптимизируют прибыль посредством ряда организационных действий. С точки зрения популяционной экологии оптимизирующей силой выступает именно среда. Независимо от того, в какой мере отдельные организации сознательно к ней адаптируются, среда отбирает оптимальные комбинации организаций. Таким образом, если здесь и существует какая-либо рациональность, то это „рациональность“ естественного отбора» [Hannan, Freeman, 1977, p. 939–940] (перевод наш. — В. Р.). Можно заключить, что популяционная экология скорее вдохновляется идеями социал-дарвинизма в духе Спенсера, нежели идеями в духе Ламарка, подразумевавшими активный процесс освоения и обучения в ходе приспособления к внешней среде.

Итак, механизм адаптации, на котором концентрируется множество совре-

менных теорий менеджмента и выражающийся в видоизменении существующих организационных форм, заменяется механизмом отбора, связанным с исчезновением организационных форм, не прошедших через горнило конкуренции. Если в первом случае речь идет о достижении более высокого уровня эффективности, понимаемой прежде всего как максимизация прибыли, то во втором случае главным мотивом становится выживание организации. Таким образом, изоморфные изменения происходят не столько вследствие приспособления, приводящего к трансформации ранее возникших организационных форм, сколько в результате отбора, восстанавливающего нарушенное равновесие путем вытеснения с рынка «отбракованных» организаций. При этом нарастает организационное разнообразие по причине возникновения новых организационных форм.

Следующая особенность популяционной экологии связана с выбором непосредственного объекта исследования. Дело в том, что экологический подход в целом реализуется на трех основных уровнях: уровне индивидуальной организации, уровне популяции организаций и на уровне сообщества популяций [Carroll, 1984].⁴ И если традиционная теория организаций концентрируется, главным образом, на изучении отдельных фирм, то популяционная экология избирает в качестве основного объекта исследования популяции организаций (population of organizations). Какой смысл вкладывается в понятие *популяции*? Под ней понимается совокупность фирм, обладающих гомогенной организационной формой. Это класс организаций, которые относительно сходны с точки зрения своей

⁴ У М. Хэннана и Дж. Фримена этих уровней оказывается пять. К отмеченным трем добавляются также уровень отдельных членов организаций и уровень их подразделений (subunits) [Хэннан, Фримен, 2004].

уязвимости перед изменениями среды. В свою очередь, ключевое понятие *организационной формы* определяется как совокупность наблюдаемых характеристик, влияющих на степень соответствия (fitness) организации изменчивой окружающей среде. Это своего рода «хранилище компетенций» (Х. Олдрич), основа стратегических решений менеджеров, складывающаяся из элементов формальных административных правил, неформального нормативного порядка и распространенных в организации принципов действия.

Перенос акцента на уровень популяции подчеркивает, что развитие не является делом отдельной приспособляющейся организации. Оно имеет *интерактивный* характер и зависит от того, как приспособляются к изменениям другие организации данной и смежных популяций, которые конкурируют между собой за ресурсы и признание (легитимацию).

Каждая популяция организаций занимает свою *рыночную нишу*, определяемую комбинацией ресурсов разного уровня, в которой эта популяция может воспроизводиться благодаря своим конкурентным преимуществам перед другими популяциями. Отчего же зависит ширина такой рыночной ниши (niche width)? Во многом — от осуществленного ранее менеджерами организации стратегического выбора между дженерализмом и специализацией. *Специализация* означает лучшее приспособление к существующим условиям среды при соответствующем повышении риска в случае их изменения. *Дженерализм*, напротив, делая упор на более общие навыки, обеспечивает и более низкую эффективность использования нынешних условий, но гарантирует повышенную гибкость при изменениях организационной среды. Вложения в более общие навыки приводят к созданию относительно избыточных

возможностей (excess capacity), которые представляются ненужными потерями с позиций сегодняшнего дня, но могут понадобиться завтра. Все это означает, что в стабильной среде наиболее приспособленными чаще оказываются фирмы-специалисты, которые наилучшим образом соответствуют ее сегодняшним требованиям, а в динамично изменяющейся среде способны выигрывать фирмы-дженералисты, обладающие более универсальными навыками.⁵

Как измеряются результаты отбора тех или иных организационных форм? Вместо традиционных показателей объема продаж предлагается использовать индексы *организационной демографии*: рождаемости и смертности предприятий той или иной формы, измеряемые числом фирм, которые возникли или, наоборот, распались в течение определенного периода. Превышение рождаемости над смертностью и является свидетельством успешного отбора той или иной организационной формы.

Популяционный подход приносит серьезные коррективы и в выбор объекта исследования с точки зрения *размера организаций*. Размер предприятия вообще выступает одной из определяющих элементов организационной формы наряду со степенью специализации и способностью к мобилизации ресурсов. Но в противовес традиционной организационной теории 1950–1970-х гг., которая уделяла основное внимание наиболее крупным организациям, доминирующим в той или иной отрасли, исследования популяционистов фокусируются преимущественно на совокупности малых и средних предприятий. Они обращают вни-

⁵ Различию между специализированными и дженералистскими организациями предшествовало введенное ранее разделение бюрократической и ремесленной (craft) форм организаций [Stinchcombe, 1959].

мание на то, что даже в отраслях, характеризующихся высоким уровнем концентрации, подавляющее число организаций в количественном отношении представлено именно малыми и средними предприятиями и эволюцию отрасли нельзя проследить в полной мере, основываясь на историях наиболее крупных компаний. Также невозможно сделать это, ограничиваясь только анализом историй успеха, оставляя за бортом опыт неудачных предпринимательских начинаний.

Из вышеизложенного вовсе не следует, что в экологическом подходе не учитываются процессы концентрации капитала в рамках отдельных фирм. Во-первых, предполагается, что превращение малой фирмы в крупное предприятие неизбежно влечет за собой и смену организационной формы, а во-вторых, утверждается, что крупные и малые предприятия куда чаще конкурируют с себе подобными и редко вступают в единоборства между собой, занимая слишком разные ниши на сегментированном рынке.

Еще одной характерной чертой современного экологического подхода является его выраженная *эмпирическая ориентация*. Причем предпочтительной является работа с большими базами количественных данных. Так, в интервью, записанном в Чэпел Хилл в 2004 г., Х. Олдрич рассказал о начале проекта, предполагавшего проведение в США трех волн панельного исследования 5000 (!) вновь созданных фирм [Олдрич, 2004а, с. 16–17]. Кроме использования впечатляющих по масштабу выборок, сторонники экологического подхода пытаются проследить как можно более полную историю эволюции популяции организаций и, следовательно, охватить максимально протяженный временной период. Достаточно привести в качестве примера работу Г. Кэрролла, предлагаемую вниманию читателей в данном номере журнала: в ней используются данные о газетной индустрии США за 175 лет! Своего рода образцом для подражания здесь выступают демографические исследования с их огромными массивами национальных и кросснациональных данных и длинными временными рядами.

* * *

Теперь несколько слов об авторах статей и самих статьях, переводы которых публикуются в данном номере. Оба исследователя, несомненно, принадлежат к числу наиболее влиятельных фигур в области популяционной экологии.

Автор первой статьи «Концентрация и специализация: динамика ширины ниши в популяциях организаций», опубликованной в 1985 г. в *American Journal of Sociology*, Г. Кэрролл принадлежит к «ядру» направления популяционной экологии. Кэрролл — профессор организационного поведения Стэнфордской школы бизнеса и одновременно профессор социологии в Школе гуманитарных наук Стэнфордского университета. Помимо исследований, результаты которых активно используются теми же М. Хэннаном и Дж. Фрименом в их более поздних работах [Hannan, Freeman, 1989, ch. 7–11], Кэрролл подготовил один из наиболее влиятельных тематических обзоров данного направления [Carroll, 1984], а изданный им в 1988 г. сборник «Экологические модели организаций» [Carroll, 1988] можно считать важной вехой в его институционализации.⁶

В представленной статье Кэрролл критикует традиционный подход, сфокусированный на изучении отдельных наиболее крупных и успешных организаций и несколько «зацикленный» на проблеме экономии от масштаба. Он обращает внимание на то, что фактически любая

В представленной статье Кэрролл критикует традиционный подход, сфокусированный на изучении отдельных наиболее крупных и успешных организаций и несколько «зацикленный» на проблеме экономии от масштаба. Он обращает внимание на то, что фактически любая

⁶ Среди его более поздних работ отметим [Carroll, 2000].

отрасль включает в себя множество типов организаций с очень разными стратегиями. При сходном уровне концентрации в разных отраслях существуют большие колебания в распределении организаций по размеру и типам стратегий. И даже при высокой степени концентрации отрасли и ее монополизации крупными организациями-дженералистами в ней сохраняются более специализированные мелкие фирмы.

В качестве непосредственного объекта исследования Кэрролл использует огромный массив данных за период 1800–1975 гг., включающий сведения о 2808 организациях американской газетной индустрии. Автором применяется модель разделения ресурсов, в соответствии с которой организационная среда делится на общие и специализированные рынки. Здесь наряду с крупными ежедневными газетами-дженералистами, ориентированными на максимально широкий круг читателей и рекламодателей, постоянно воспроизводятся мелкие специализированные издания, обращающиеся к достаточно узким целевым группам (профессиональным, религиозным и др.).

На этом сегментированном рынке нет универсальных организационных стратегий. И один из основных выводов проведенного анализа заключается в том, что организации-специалисты реагируют на возрастающую концентрацию рынка иначе, чем организации-дженералисты. В то время как показатели смертности дженералистов увеличиваются, те же показатели специалистов уменьшаются. Причем, по мнению автора, это касается не только исследуемой им отрасли. В заключительной части статьи он утверждает, что выводы, сделанные на основе анализа газетного бизнеса, в значительной степени справедливы и для других отраслей.

Важно и то, что в соответствии с моделью разделенных ресурсов организа-

ции, проигравшие в конкурентной борьбе, не трансформируются в другие формы, а скорее распадаются, а видоизмененные организационные формы чаще возникают из новых ресурсных источников. Механизм отбора оказывается более могущественным по сравнению с механизмом адаптации.

Автор второй статьи «Предпринимательские стратегии в новых популяциях организаций»⁷ Х. Олдрич в настоящее время является профессором факультета социологии и одновременно профессором менеджмента Школы бизнеса Кэнана-Флеглера университета Северной Каролины (США) (в котором, заметим, ранее преподавали также М. Хэннан и Дж. Фримен).

Олдрич работает в русле экологического подхода еще со второй половины 1970-х гг.⁸ Относительно недавно он выпустил книгу, суммирующую его взгляды за более чем двадцатилетний период [Aldrich, 1999]. Отметим, что в упомянутом нами выше интервью Олдрич характеризует себя как приверженца более широкого эволюционистского направления. Вот что он говорит: «Обычно я называю себя социологом-эволюционистом, который занимается организационными исследованиями. Я стараюсь отделять это направление от популяционной экологии. Мне кажется, мое направление шире, по сравнению со старой популяционной экологией. Это более исторический, контекстуально-ориентированный, многоуровневый подход. Так что свои работы я отношу в первую очередь к эволюционной теории... Беря в руки какую-либо работу, прежде всего я задаюсь вопросом: а присутствует ли в ней логи-

⁷ Впервые эта статья опубликована в подготовленной нами хрестоматии по современной экономической социологии: [Олдрич, 2004б].

⁸ См., напр.: [Aldrich, Pfeffer, 1976; Aldrich, 1979].

ка эволюционного отбора (selection logic)? вписываются ли данные рассуждения в эту логику? Для меня это определяющий критерий» [Олдрич, 2004а, с. 6–7]. Олдрич сетует на то, что в экономической теории и социологии по-прежнему сохраняется сильнейшее сопротивление подходу, при котором явления анализируются с помощью логики отбора, т. е. сопротивление тому, что для анализа хозяйственного поведения и поведения любой иной популяции (растений, животных) можно использовать одни и те же инструменты.

В предлагаемой вниманию читателей статье Олдрич ставит следующий вопрос: чем создание организации на раннем этапе существования популяции отличается от ее создания на позднем этапе? Важную роль здесь играют размер и плотность популяции. Причем, казалось бы, популяция должна расти наиболее интенсивно в период возникновения новой организационной формы, когда новая рыночная ниша еще относительно свободна. Но парадокс заключается в том, что именно в этот период частота создания новых организаций оказывается ниже, а уровень их смертности — выше, чем в период, когда новая ниша уже в значительной степени заполнена. При прочих равных условиях эта частота возрастает по мере увеличения плотности популяции, а затем, достигнув определенной точки, вновь начинает снижаться [Олдрич, 2004б, с. 213].

Этот очевидный парадокс объясняется тем, что пионеры, или организационные инноваторы, сталкиваются с острыми проблемами легитимации новых организационных форм. В отличие от многочисленных имитаторов, которые идут по их стопам и, по словам Олдрича, «купаются в океане доверия», инноваторам приходится прилагать особые усилия для производства этого доверия. Они должны сконструировать и поддер-

живать идентичность такого человека, с которым можно иметь дело. Им также надлежит сформировать имидж вновь созданной организационной формы, представив ее как нечто самоочевидное и, более того, расцениваемое окружающими как эффективное. Тем самым речь идет «о двух аспектах легитимации: *когнитивной легитимации*, — посредством которой организационная форма начинает восприниматься как само собой разумеющееся, и *социополитической легитимации*, — посредством которой в условиях уже существующих норм и законов общества новые формы начинают восприниматься как уместные и правильные» [Олдрич, 2004б, с. 223].

Олдрич отмечает, что масса весьма многообещающих популяций так и не смогла утвердиться, не сумев создать инфраструктуру и завоевать институциональную поддержку (например, посредством деловых ассоциаций). Так что экономическая эффективность и структурное соответствие сами по себе еще не гарантируют успеха. Против инноваторов действует сформулированный А. Стиглицем еще в середине 1960-х гг. принцип «уязвимости нового» (liability of newness).

Наряду с упоминавшимся выше делением организаций на специалистов и дженералистов, в статье используется и другое деление, связанное с определенными этапами истории популяции, — на *р-стратегии* (r-strategies) и *К-стратегии* (K-strategies). Различие между ними основано на том, что поведение в рамках р-стратегий, пусть нередко и в ущерб эффективности, быстро мобилизует ресурсы и использует новые возможности, а реализация К-стратегий мобилизует ресурсы медленнее и позволяет действовать наиболее активно, когда ниша уже стабилизировалась. В результате при возникновении новой возможности р-специалисты быстрее других мобилизуются и внедряются в открывшуюся нишу. А в случае ее

успешного освоения на смену р-специалистам приходят дженералисты и специалисты, использующие форму К-стратегий.

* * *

В завершение нельзя не сказать, что направление популяционной экологии уязвимо для критики. Очевидно, здесь возникают серьезные ограничения в выборе объекта исследования. Не раз отмечалось, что наиболее подходящими для такого подхода являются конкурентные рынки, на которых преобладают малые и средние предприятия и где наблюдается минимальное вмешательство государства и крупных корпораций.⁹ Это означает, что множество рынков не слишком хорошо подходит для такого анализа по своим исходным структурным характеристикам. Во-первых, следует учитывать заметное влияние институциональной среды, в первую очередь — регулирующее воздействие государства, которое способно нарушать условия конкурентного отбора, приходя на помощь определенным организационным формам и предотвращая их «выбраковку». Во-вторых, на рынках могут доминировать немногочисленные крупные корпорации, которые к тому же отличаются значительной устойчивостью по отношению к колебаниям среды. Правда, сторонники популяционной экологии утверждают, что изменения организационных форм касаются и крупных организаций, которые также оказываются смертными, особенно при их рассмотрении в более длительной временной перспективе. Но, видимо, трудно представить себе процесс возникновения и распада крупных организаций в виде вероятностного случайного или исключительно конкурентного отбора. Слишком велико в подобных случаях влияние

⁹ Активным критиком данного подхода выступает Ч. Перроу (см., напр.: [Perrow, 1986]).

политических и административных факторов.

Другой серьезный критический аргумент в адрес популяционной экологии вызван ее неспособностью дать ответ на вопрос о том, откуда, собственно, возникают незаполненные ниши и новые возможности в окружающей среде, которая диктует свои условия популяциям организаций? Данный подход не только явно девальвирует действенность сознательных адаптивных действий менеджеров, но и совершенно игнорирует инновационные усилия предпринимателей, которые сами создают новые возможности и формируют под себя ранее не существовавшие рыночные ниши. В результате преувеличивается роль безличных конкурентных механизмов и преуменьшается роль акторов, активно действующих в организационной среде.

Наконец, следует упомянуть и объективные трудности, возникающие на эмпирическом уровне при статистическом анализе динамики рождаемости и смертности фирм. Некоторые из этих трудностей хорошо известны нам по российскому опыту, где, с одной стороны, масса новых организаций ежегодно создается в качестве «институциональных фикций» для осуществления притворных сделок, а с другой стороны, многие нефункционирующие предприятия не ликвидируются, а попросту оказываются брошенными в силу высоких административных барьеров выхода с рынка. Получение же достоверных данных о таких фирмах крайне затруднено (если вообще возможно). Таким образом, проведение исследований в рамках популяционной парадигмы предполагает наличие обширных, доступных и надежных баз данных, которые в менее развитых хозяйствах (экономиках) могут попросту отсутствовать, ибо подразумевают, помимо независимых информационных источников, наличие эффективных кредитных рынков.

И тем не менее, несмотря на все эти ограничения, популяционная экология организаций, ставшая, по существу, ведущим направлением экологического подхода, открывает перед исследователями весьма интересную перспективу. Напомним ее основные методологические принципы, сформулированные еще А. Хоули:

1. Анализ смещается с проблем адаптационного развития на проблемы отбора.
2. Симбиотическим отношениям противопоставляются конкурентные отношения.
3. Осуществляется переход от детерминистских моделей к моделям, основанным на вероятностном подходе.
4. Наблюдается отказ от предпосылки о равновесном состоянии организационной среды в пользу предпосылки о постоянно возникающем неравновесии [Carroll, 1984, p. 71].

Добавим, что приверженность экологического подхода эволюционистским взглядам создает платформу для объединения разнодисциплинарных сил — от биологии до социальных наук. Уделяя повышенное внимание механизму конкуренции и проблеме равновесия в распределении организационных форм, экологический подход становится чем-то близок неоклассической экономической теории, хотя и не предполагает, что конкуренция непременно приведет к отбору наиболее оптимальных вариантов.

Делая акцент на социальных механизмах такого отбора, экологический подход привлекает к себе внимание экономсоциологов. В свою очередь, скрупулезный анализ внутренних и внешних факторов, влияющих на успех или провал той или иной организационной формы, несомненно интересен широкому кругу специалистов, занимающихся проблемами менеджмента и предпринимательской активности.

ЛИТЕРАТУРА

- Олдрич Х. 2004а. Интервью. *Экономическая социология* 5 (5): 6–19. <http://www.ecsoc.msses.ru>
- Олдрич Х. 2004б. Предпринимательские стратегии в новых организационных популяциях. В сб.: В. В. Радаев (ред.). *Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики*. М.: РОССПЭН; 211–225.
- Радаев В. В. 2005. *Экономическая социология*. М.: ГУ–ВШЭ.
- Ханнан М., Фримен Дж. 2004. Популяционная экология организаций. *Вестник С.-Петербургского ун-та. Сер. Менеджмент* (3): 51–83.
- Aldrich H. E. 1979. *Organizations and Environments*. Prentice-Hall: Englewood Cliffs, NJ.
- Aldrich H. E. 1999. *Organizations Evolving*. Sage: London.
- Aldrich H. E., Pfeffer J. 1976. Environments of organizations. *Annual Review of Sociology* 2: 79–105.
- Blau P. 1956. *Bureaucracy in Modern Society*. Random House: N. Y.
- Carroll G. 1984. Organizational ecology. *Annual Review of Sociology* 10: 71–93.
- Carroll G. (ed.). 1988. *Ecological Models of Organizations*. Ballinger: Cambridge.
- Carroll G. 2000. *The Demography of Corporations and Industries*. Princeton University Press: Princeton.
- Etzioni A. 1961. *The Comparative Analysis of Complex Organizations*. Free Press: N. Y.
- Hannan M., Freeman J. 1977. The population ecology of organizations. *American Journal of Sociology* 82 (5): 929–964.

- Hannan M., Freeman J. 1989. *Organizational Ecology*. Harvard University Press: Cambridge, MA.
- Hawley A. 1950. *Human Ecology*. Ronald: N. Y.
- Hodgson G. M. 2001. *How Economics Forgot History: The Problem of Historical Specificity in Social Science*. Routledge: London, N. Y.
- Merton R. K., Gray A. P., Hockey B., Selvin H. C. (eds). 1952. *Reader in Bureaucracy*. Free Press: Glencoe.
- Perrow Ch. 1986. *Complex Organizations: A Critical Essay*. Random House: N. Y.
- Selznick P. 1957. *Leadership in Administration*. Harper & Row: N. Y.
- Stinchcombe A. 1959. Bureaucratic and craft administration of production: A comparative study. *Administrative Science Quarterly* 4 (2): 168–187.
- Stinchcombe A. 1965. Social structure and organizations. In: March J. G. (ed.). *Handbook of Organizations*. Rand McNally: Chicago.

Статья поступила в редакцию
17 мая 2005 г.