



Л.П. Васюченко

— заведующая сектором Института экономики НАН Беларуси, кандидат экономических наук.

К ТЕОРИИ ЭФФЕКТИВНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

УДК 330.658

В 1991 г. в статье «Организации и рынки» Герберт Саймон писал, что если бы к Земле подлетал гипотетический марсианин, у которого был телескоп, способный различать социальные структуры, то он бы показал, что на социальной поверхности нашей планеты господствуют гигантские континенты различного рода организаций, между которыми протекают достаточно слабые ручейки и реки рыночных обменов.[1]

Предприятия (фирмы, бизнес) наряду с домохозяйствами и государством принято считать основными субъектами рыночной экономики. Хотя главные направления экономической теории, претендующие на разработку универсальной концепции рынка, исходят из индивида, его свойств и характеристик как главной движущей силы рыночных отношений, и неоклассики и институционалисты вынуждены были обратиться к анализу фирмы (предприятия) как специфического субъекта рыночного хозяйства.

Обособленные специфические производственные единицы — предприятия — существовали задолго до индустриального общества, до господства рыночной системы. Но в последние 300 лет именно в них концентрировалась основная хозяйственная деятельность и создавалось богатство современного общества, именно они во многом определили облик доминирующих технологических, социальных, политических и культурных систем, тенденции, проблемы и перспективы мирового экономического развития. Хотя роль экономических организаций как творцов существующего экономического порядка является серьезным стимулом к их исследованию, предметом пристального внимания со стороны ученых предприятия стали относительно недавно (последние 100 лет), и сосредоточено оно было на специфической форме предприятия — рыночной (капиталистической) фирме, особенные свойства которой часто рассматривались как универсальные качества любого предприятия.

Отождествление общих и специфических свойств рыночных предприятий, возможно, не создает проблем при анализе их в сложившемся рыночном хозяйстве. Критичной терминологической и смысловая определенность становится при переходе от плановой (советской) к рыночной экономике, так как она позволяет уловить различия социалистического предприятия и рыночной фирмы, выявить специфику предприятий переходного периода, определить способы их трансформации в конкурентные рыночные организации. Преобразование существующих белорусских предприятий в фирмы, ориентированные на эффективное развитие, возможно, самая фундаментальная задача в обеспечении устойчивого роста экономики республики. Практика многих стран показала, что начать реформы, например, провести либерализацию или приватизацию, гораздо легче, чем добиться реальных изменений в поведении предприятий. Экономическая политика, проводимая без должного анализа ее воздействия на такие специфические феномены, как белорусские субъекты хозяйствования, отличные и от социалистических предприятий и от рыночных фирм, получает неожиданные и нежелательные результаты.

С началом преобразований в социалистических странах отождествление рыночной фирмы и предприятия стало в русскоязычной литературе практически тотальным, заполонило учебники по экономической теории и активно (осознанно или неосознанно) тиражируется отечественным образованием.[2] В определениях наличествует грандиозный разброс мнений по поводу предприятия — от предельно общей его характеристики как особой системы (с чем можно согласиться, если определить ее специфику) до длинного перечня конституирующих его сущность конкретных признаков, обилие которых лишь затемняет проблему. Свою лепту в многоаспектность предмета внесли и праведы с продолжающейся поныне двухсотлетней дискуссией о том, является предприятие объектом или субъектом права. Крестьянские (фермерские) хозяйства и индивидуальные предприниматели, представляющиеся на первый взгляд маргинальным случаем, так же побуждают к поиску сходства и различия этих явлений.

Анализом фирмы как феномена рыночной экономики исторически первыми занялись представители неоклассической теории. Неинституциональный подход вырос из попытки Р. Коуза особым образом решить именно проблему природы фирмы.[3] В 80-е гг. XX в. появился ресурсно-ориентированный подход, сформировавшийся в рамках стратегического менеджмента. Тогда же начала развиваться новая теория инновационной фирмы, не был забыт и эволюционный подход, генетически связанный с идеями Й. Шумпетера, шло развитие социологических теорий фирмы. В русскоязычной литературе после 1991 г. появляется ряд обзорных работ, в основном неинституционального характера.

В неоклассической экономической теории фирма — передающий механизм, трансформирующий колебания спроса на товары в колебания спроса на факторы производства. Преобразование ресурсов в товары происходит с помощью набора некоторых технологий, описываемых как производственная

функция. Задача состоит в подборе такого объема выпуска, который обеспечил бы минимальные издержки и максимальную прибыль. Фирма здесь - продукт действия эффекта масштаба существующих технологий и относительных цен. Поэтому неоклассическая теория фирмы получила название технологической. Фирма неоклассики является адаптирующейся организацией, которая в принципе не в состоянии развивать новые технологии, товары, рынки сбыта, она их лишь выбирает. Все параметры ее деятельности определяются экзогенными ограничениями и меняются в ответ на внешние шоки. Фирма лишена внутренней структуры, принимает вид монолитного бильярдного шара, который катится в ту сторону, в которую его гонят, как удары кия, изменения внешних для него величин: цен продуктов и факторов производства, технологий, вкусов потребителей, политические решения. Неоклассическое представление о фирме является наиболее распространенным, «ортодоксией учебников» по выражению С.Д. Уинтера.[4]

Неоинституционализм не отказался от концепции фирмы как агента равновесия, реагирующего только на внешние толчки. Связано это с тем, что в нем существование фирмы выводится из сбоя рынка: фирма возникает там, где он не справляется с аллокацией ресурсов, не обеспечивает равновесия. Рынок как совокупность трансакций обмена между автономными агентами - та всеобщая субстанция, которая дает жизнь фирме. Но как она производит и почему не производит рынок? Производство оставлено в полном ведении неоклассической теории с ее абстрактными производственными функциями, а исследование природы фирмы сведено к анализу структуры контрактов.[5] Ни конкурентные преимущества, ни инновации, ни создание новых технологий и отношений не рассматриваются. Современная фирма, активно конкурирующая с соперниками, создающая новые продукты, генерирующая экономический рост, в этой экономической школе так и не появляется.

Ресурсно-ориентированный подход с самого начала вводит анализ конкуренции, конкурентных преимуществ, инноваций.[6] Реальная конкуренция фирм, в отличие от предположений неоклассических и неоинституциональных моделей, приводит к накоплению уникальных организационных ресурсов, основу которых составляют технологические, коммерческие, организационные знания, опыт, умения персонала каждой компании. Эти знания накапливаются только в совместной коллективной деятельности, ими невозможно торговать, их нельзя купить на рынке, их можно только развить, накопить в конкретном коллективе. В силу этого знания становятся разными в отдельных командах и определяют разные результаты производства, «стягивая» специализированных субъектов в единую организацию. Но ресурсно-ориентированный подход, в отличие от неоинституционализма, который исследовал подстройку личностных параметров субъектов команды в ходе контрактного процесса, ушел от персональных и социальных аспектов в анализе фирмы. Он часто рассматривает экономическую организацию как не структурируемое целое, возникает двойник неоклассической фирмы: единица, генерирующая безликие, социально не персонифицированные знания.

Неоклассический, неинституциональный и ресурсно-ориентированный подходы являются наиболее крупными и динамично развивающимися направлениями в исследовании фирмы. Остальные, хотя и вносят ряд важных дополнений, являются значительно более узкими. Невозможность выявить глубинную природу фирмы в рамках названных подходов проявляется в перманентных дискуссиях, в которых одни авторы, остро ощущая назревшее требование внести определенность, требуют дать четкое, связанное с юридическим определением фирмы, а другие призывают вовсе от него отказаться, занявшись исследованием «фирмообразных» процессов. Попытки обойти проблему предпринимались на пути объединения в одном определении максимального количества признаков. Это и команда, и производство, и права собственности, и структура управления, и центральный контрактный агент, и длительность существования, и юридическая фикция и т.п. Другим способом служил выбор одного признака, например, производственной функции или управляющей структуры, что заслуженно подвергалось систематической критике за отрыв от реальности и низкий эвристический потенциал.

Конструктивное решение проблемы, на наш взгляд, предложено М.В. Белоусенко в рамках разработанной им общей теории эволюции экономических организаций, в которой предприятие, фирма, бизнес рассматриваются как проявления общей сущности — экономической организации.[7] Под экономической организацией понимается производственная единица, состоящая из команды специализированных субъектов, совместно эксплуатирующих локализованный технологический комплекс, которая координируется совместными соглашениями и иерархией менеджеров. Вспомогательным механизмом, обеспечивающим координацию и устойчивость команды, является кластер формальных и неформальных норм поведения (институциональный кластер), а целью команды — производство продукта для его потребления вне самой организации. *Экономическая организация обладает специфической производительной силой, существующей только в деятельности специализированных субъектов, координированной определенным образом.* Еще А. Маршалл считал организацию труда одним из факторов производства, но эта линия рассуждений не получила развития ни у самого классика, ни у его последователей. Хотя ряд авторов указывает, что фирма или производственная команда - это не производственная функция в стиле неоклассики и не управляющая структура в духе Уильямсона, ключевое суждение - комбинация физической производственной деятельности и соответствующей управляющей структуры для получения особого, недостижимого рынком результата, продукта, превышающего суму продуктов труда каждого субъекта организации в отдельности, — принадлежит М.В. Белоусенко. [8]

Специализированная деятельность, а также используемые технические системы индустриального типа таковы, что позволяют сравнительно небольшой группе индивидов получить выигрыш в затратах, качестве и количестве продукта относительно другой такой же команды производителей. Создание этих командных выигрышей — организационных преимуществ — носит лока-

лизованный характер, обеспечивая выигрыши в затратах только для части субъектов экономики и части общественных технических систем. Организационные преимущества или командные выигрыши — это то, что называют внутренней экономией, но теория чего в неоклассике совершенно отсутствует.

Внутренняя экономия — это любой процесс, происходящий в рамках координируемой группы субъектов, который повышает производительность используемых в ней ресурсов и определяет форму кривой издержек независимо от внешних ограничений функционирования организации. Результатом возникновения внутренней экономии является увеличение количества и качества продукта при неизменных или снижающихся издержках единицы блага, повышение качества вплоть до принципиального его изменения при неизменных или временно высоких издержках, снижение издержек прежнего количества товаров и, следовательно, падение издержек единицы продукта.

Чтобы не быть поглощенными конкурирующими командами, субъекты организации должны решать проблему комбинирования деятельности для достижения специфической производительности, присущей только этой организации, что предполагает постоянную, динамичную перестройку всех процессов и объектов в организации. Совокупность потенциальной возможности извлекать внутреннюю выгоду и необходимость изменения в этом процессе трудовых позиций участников команды, включая их профессиональные знания, рабочее место, средства труда, а также необходимость познания того, как это сделать, создает объективную потребность конструирования *особой структуры отношений, которая называется организационной.*

В зависимости от того, насколько точно, быстро и глубоко в организации накапливают знания о внутренней экономии, о свойствах рыночных продуктов и сделок, комбинируют факторы производства, создают новые ресурсы, настолько низкими или высокими будут издержки трансформации и рыночных трансакций. *Величина трансформационных и трансакционных издержек зависит от третьего типа процессов — от механизма управления (организационной структуры).* Поэтому величина физических издержек производства, в том числе технологического трансфера, а также издержек рыночных трансакций организации зависит от знаний, опыта и мотивации тех, кто принимает стратегические и оперативные решения в команде, кто осуществляет координацию ее членов и устанавливает экономические взаимосвязи с другими командами.

Задачу организационной структуры конкурентной экономической организации можно описать следующим образом. Фирмы в борьбе за устойчивые конкурентные преимущества должны инвестировать в процесс инноваций, характеризующийся неопределенностью, длительностью и коллективностью. Осуществление крупных инвестиций до того, как создан продукт, означает в терминах неоклассики рост постоянных издержек (FC). Затраты на поиск и утилизацию внутренней экономии тоже представляют собой элементы постоянных издержек. Инвестиции в инновации дают рост постоянных издержек, в конечном итоге повышающих и средние издержки единицы продукции AC, ставя организацию в конкурентно-невыгодные условия: издержки и цена

продукции по сравнению с конкурентами растут. Поэтому фирма, то есть те, кто принимает в ней основные хозяйственные решения, должны сознательно осуществлять действия, которые трансформируют как можно быстрее высокие инвестиции в капитальные активы (high fixed costs, **HFC**) в низкие издержки единицы новой продукции (low unit costs, **LUC**). Только в этом случае инновационная стратегия, сознательно принимаемая командой, не приведет к потере рыночной позиции. Успех в конкурентной борьбе, объективная цель и результат его — *трансформация структуры издержек*, превращение начальных высоких капитальных затрат, сделанных в условиях неопределенности, во вполне определенные низкие издержки единицы продукции, или **HFC > LUC**. [9]

Извлечение внутренней экономии и трансформация структуры издержек затрагивает жизненное положение людей, доходы, отношения. Трудности в накоплении и согласовании знаний об извлечении внутренних выгод (субъекты организации по-разному видят потенциальные возможности их извлечения) и в их утилизации (агенты часто не желают выполнять то, что принесет выгоду всей организации) блокируют извлечение внутренних выгод и устойчивых конкурентных преимуществ. Их преодоление для интеграции в единое целое субъектов глубокого разделения труда (в том числе эгоистических и наделенных коварством) требует особого вида деятельности, связанного с *мотивационной системой*. Особая мотивационная система необходима в качестве механизма, прямо или косвенно сдерживающего центробежные силы, рожденные разделением труда и ведущие к преследованию людьми своих собственных целей. Мотивационная система выступает как сознательно спланированная, рационально разработанная система воздействий части субъектов организации на другую ее часть с целью направить поведение субъектов на достижение общеорганизационных целей. Так как суть организации - особая производительность, особый продукт, то и целью создания мотивационной системы является обеспечение производства организационно-специфического продукта, точнее направленности всех агентов на достижение этой цели.

Черты эффективных мотивационных систем демонстрируют крупные корпорации. Эти организации можно трактовать как архетипные: они были успешными и росли до очень крупных размеров, значит, им удалось найти способы действенной мотивации. Мотивационная система успешных организаций включала в себя распределение плодов высокой производительности команды между ее членами и, прежде всего, той частью, которая была ответственна за принятие решений; гарантии длительной, во многих случаях пожизненной, занятости; продвижение по карьерной лестнице в пределах фирмы и привязку доходов к месту в этой карьерной лестнице, а не к выработке; качественные и специально созданные условия труда; инвестиции со стороны организации в знания своих субъектов.

Такая мотивационная система обеспечивала «обратный стимул»: *субъектам организации гарантировалась значимая доля того особого продукта, который создавался командой*. Повышение доходов по мере роста организационно-специфической производительности, улучшение условий труда, привязка доходов

к приросту производства всей фирмы как раз и представляет собой практическое осуществление этого принципа. Мотивационные системы, основанные на принципе связки продукта организационной производительности и доходов субъектов организации, формирование особых условий труда сыграли решающую роль в обеспечении высокой организационно-специфической производительности фирм в XIX—XX вв. Если бы менеджерам и рабочим американских, японских, немецких, английских компаний не гарантировалась доля в особом продукте организации, который недостижим рынком, то невозможно было бы гарантировать их стремление к общеорганизационным целям. Им нельзя было бы поручать производство и управление в тех подразделениях, которые не могли ежедневно лично контролироваться собственником или руководителем. Без мотивационной системы, обеспечивающей привязку деятельности к результату, трансформация структур издержек типа $HFC > LUC$ является крайне проблематичной.

Однако мотивационные системы делают и большее. Направленные на интеграцию агентов в организацию с единой целью, они отделяют ценности, эмоции, привязанности ее субъектов от других организаций. Они заставляют ценить данную команду выше и концентрировать свою деятельность именно в ней. Происходит замещение отношений и индивидов: вместо независимых, автономных, индивидуально-рациональных агентов в организации действуют субъекты, цели которых «привязаны» к данной команде, осуществляется коллективизация личностных параметров экономических субъектов. Формируется особая эмоционально-ценностная атмосфера коллективизма, которая влияет на конечную производительность команды. Она не является рационально-спланированной, во многом возникает как спонтанный результат воздействия рациональной системы мотивации на людей, чьи ценности, эмоции и симпатии живут отдельной жизнью. Тем не менее, без такой атмосферы команда не может обеспечить трансформацию издержек типа $HFC > LUC$. Личностные параметры субъектов организации, коллективизм становятся особым ресурсом, необходимым для осуществления организованного производства. Законченная формула эффективного поведения конкурентной рыночной организации выглядит следующим образом: $HFC > LUC > CPI$ (crew productivity income — зависимость доходов субъектов организации от продукта их организационной производительности).

Получив в эволюционной теории экономических организаций соответствующий инструментарий, можно уточнить исходные понятия — предприятие, бизнес, фирма. Первоначально определяясь как задуманное, предпринятое кем-нибудь дело, затея, начинание, выдумка, афера, как целенаправленное организованное рискованное действие с непредсказуемым результатом, предприятие в настоящее время в экономике приобрело значение отделенного от домохозяйства технологического комплекса, производящего продукты и услуги для стороннего потребления. Перефразируя С.Д. Уинтера, можно сказать, что предприятие — это те, кто знают, как производить продукт для других. Ориентация на прибыль или на план, бытие или небытие в качестве юридиче-

ского лица, принадлежность одному или группе субъектов и прочие свойства, приписываемые предприятию в существующих определениях, — это характеристики, присущие конкретным видам предприятий, но не предприятию вообще. *Предприятие как таковое — обособившаяся в хозяйственной жизни и в представлении продукционная составляющая организационно-специфической производительной силы экономической организации.*

В термине «бизнес», часто используемом как синоним предприятия, смысловой акцент делается на некоторой принудительности включенности субъекта в функционирование экономических организаций. В древнегреческом языке, и в классической латыни, и в английском языке главным значением является занятость, недосуг, дело, отсутствие свободного времени. Если смысловое поле «предприятия» задается представлениями о неопределенности будущего, вероятности и риске, возможности получения предпринимательской сверхприбыли, то бизнес предполагает регулярное рациональное извлечение прибыли при сведении рисков к минимуму. *Предприятие в большей мере отражает поиск внутренней (или внешней) экономии экономической организации, а бизнес — ее целенаправленную, рационально организованную утилизацию.*

Фирма в хозяйственной жизни появилась первоначально как подтверждение надежности предприятия посредством подписи. В настоящее время под фирмой понимается имущественно, социально и организационно обособленный участник хозяйственной деятельности, имеющий свое наименование. *Фактически фирма - имя собственное экономической организации, в котором получает целостное выражение ее специфическая организационная производительная сила во всех аспектах проявления.* Фирма как имя, которое, по выражению Лосева, становится инобытием экономической организации, позволяет ей быть относительно независимой от продукционной, транзакционной, организационной, имущественной, юридической и прочих ее составляющих. С этих позиций определение фирмы как кластера отношений собственности или пучка контрактов или организационно-правовой формы не просто недостаточно, а скрывает неповторимую, несводимую ни к чему другому сущность современной экономической организации.

Организационно-специфическая производительная сила, особая производительность и прибыльность современной фирмы, которые достижимы лишь в ее границах, не производятся не только рынком, что систематически совершенно верно подчеркивает ряд исследователей, начиная с Р. Коуза, но и централизованным планированием, директивной командно-административной системой. Конституирующей чертой предприятия является отделенное от домохозяйства производство продукции для использования вне предприятия. При производстве не для себя предприятию необходимо соотнести производимый продукт с потребностью того, для кого он предназначен, т.е. производить благо, и знать, на каких условиях потребитель получит это благо, т.е. производить ценность. Что является благом, и какой ценностью последнее обладает, в разных системах определяется по-разному. В рыночной экономике продукты в виде денежных цен получают оценку, с одной стороны отражающую полез-

ность и ценность товара для данного конкретного покупателя, готового за него заплатить, а с другой, полезность и ценность этого товара для всех участников обмена и его соотношение со всем миром продуктов, участвующих в обменах. Денежная цена в рыночной экономике, соединяя универсальную и индивидуальную оценку продукта, несет информацию как о предпочтениях и возможностях потребителей, так и о состоянии экономики в целом. Будучи регулятором поведения производителя (если он не следует ценовым сигналам, продукт не будет ни ценностью, ни полезностью), цены, тем не менее, предоставляют самим участникам экономической деятельности право принятия решения о том, что и как производить. Рынок — естественное условие и необходимая предпосылка существования организационно-специфической производительной силы, особой производительности современных экономических организаций, так как он создает пространство их развертывания. Можно согласиться, что не рынок производит организацию, у последней есть собственная природа, но именно рынок позволяет этой природе раскрыться. В свою очередь экономические организации придают «колесам обменов» мощь и глобальность, генерируют потоки спроса и предложения, новые продукты и новые потребности и в этом плане создают рынок. В особых экономических организациях, «которые знают, как вести дела»[3] с их идиосинкразической компетентностью и специфической производительной силой, рынок находит средство разрешения противоречия между всеобщностью и индивидуальностью цены продукта, между общественным, массовым характером производства и частным, персонализированным характером потребления.

В командной экономике оценка продукта формируется иерархией и доводится до участников экономической деятельности. Будучи обязательной, универсальной по форме, эта оценка индивидуальна по содержанию, несет информацию о представлениях иерархии о том, что нужно потребителю, и весьма опосредованно отражает состояние экономики. Производители и потребители не обладают правом принятия решений о том, что и как производить и потреблять. Теоретически командная экономика не предполагает наличия специфической производительной силы и особых экономических организаций. Предприятие здесь — пространственно локализованное технологическое звено единого народно-хозяйственного комплекса, производственная функция. Парадокс в том, что неоклассическая трактовка предприятия оказывается схожей с административно-командной — в обеих игнорируется природа экономической организации как особой производительной силы. На практике, например, в советской экономике, в той или иной мере всегда допускались товарно-денежные отношения, выполнение предприятиями плановых заданий не достигалось чистой технологией, так что предприятия наделялись некоторой самостоятельностью, и в этих границах происходило формирование их организационно-специфической производительной силы. Но у советских предприятий она была, во-первых, значительно меньше, чем у их рыночных конкурентов, так как всегда намеренно ограничивалась. А во-вторых, была направлена не на удовлетворение потребностей в виде платежеспособного

спроса, не на трансформацию издержек по типу **HFC > LUC**, а на выполнение плана. Все структуры и функции предприятия, его технологический комплекс, включая навыки и квалификацию персонала, учет и отчетность, структуру управления, механизмы принятия решений, характер компетенций, организацию внешних контактов были ориентированы на план. Советский экономический ландшафт оказался заселен весьма специфическими устойчивыми экономическими организмами, отличными от рыночных фирм. И различие состояло не в частностях, к которым в данном контексте можно отнести и уровень технологии, и даже отношения собственности, и организацию производства, а в главном — в характере их системно-специфической производительной силы. Макроэкономические и институциональные реформы, технические нововведения и организационные новации, не учитывающие этого факта, не принесут ожидаемого результата.

Литература:

1. Simon H. *Organizations and Markets / The Journal of Economic Perspectives*, 1991. V.5, N.2. - pp. 25-44.
2. Сажина М.А. *Экономическая теория: учеб. для вузов / М.А. Сажина, Г.Г. Чибриков. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Норма, 2007. — 672 с.*
3. Коуз Р. *Природа фирмы / Природа фирмы / Под ред. О. Уильямсона и С. Уинтера. — М.: Дело, 2001. — с. 33-52.*
4. Уинтер С. *Теория Коуза и проблемы компетентности и корпорации / Природа фирмы / Под ред. О. Уильямсона и С. Уинтера. — М.: Дело, 2001. — с. 268-293.*
5. Уильямсон О. *Экономические институты капитализма: фирмы, рынки, "отношенческая" контрактация. — СПб: Лениздат; CEV Press, 1996. — 702 с.*
6. Penrose E. *The Theory of the Growth of the Firm. — New York, ME. Sharpe, 1980. — 265 p.*
7. Белоусенко М. В. *Общая теория экономической организации: организационная эволюция индустриальной экономики. — Донецк: ДонНТУ, 2006. — 432 с.*
8. Белоусенко М. В. *Транзакции и технологии: проблема объединения / Экономический вестник Ростовского государственного университета, 2005. Т. 3, № 2. — с. 58-72.*
9. Lazonick W. *The Theory of Innovative Enterprise. (w ww.insead.edu/lazonick/Lazonick The Theory of Innovative Enterprise. Feb 2004.pdf).*
9. Lazonick W. *The Theory of Innovative Enterprise. (www.insead.edu/lazonick/Lazonick The Theory of Innovative Enterprise. Feb 2004.pdf).*