



УДК 334.01  
ББК 65.012.13

## ПРЕДПРИЯТИЕ И ФИРМА: ВЫХОД ИЗ ЗАБЛУЖДЕНИЙ В РУСЛЕ ЭВОЛЮЦИОННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

*О.В. Иншаков*

Статья посвящена актуальной проблеме осмысления тождества и различия предприятия и фирмы в системе методологических координат эволюционного подхода. Предприятие характеризует содержание деятельности экономического субъекта в конкретных продуктивных и процессных аспектах. Фирма – это трансакционная форма предприятия в условиях общественного разделения и кооперации труда, или система его внешних и внутренних отношений, посредством которой оно функционирует в рыночной среде. Автор приходит к выводу, что стратегию следует рассматривать в аспекте и масштабе предприятия и фирмы как содержания и формы экономического организма. Их взаимодействием определяются системность и характер стратегии. Стратегии предприятия и фирмы могут противостоять друг другу, быть асимметричными и асинхронными, поэтому важная задача стратегического планирования и управления предприятием и фирмой – снимать это противоречие.

**Ключевые слова:** *экономическая теория, предприятие, фирма, эволюционная экономика, экономический субъект.*

Потенциал эволюционной экономики пока слабо реализуется в теории и практике стратегического менеджмента в России, преобладают традиционные для неоклассического синтеза подходы. Причина кроется не только в слабом освоении уже достигнутого эволюционистами в развитии экономической теории, но и в неполноте созданной ими к настоящему времени системы категорий.

Это относится, в первую очередь, к пониманию природы хозяйственных субъектов и хозяйственных единиц. В рамках этой проблемы учеными различаются либо отожде-

ствляются понятия и явления предприятия и фирмы. Отождествление предприятий и фирм, а также стратегий их поведения и развития все больше вызывает сомнения. Показательно утверждение, что «фирма – это предприятие, фундаментальной характеристикой которого является кооперация. Однако если мы посмотрим на нее изнутри, то уже не сможем с уверенностью сказать, в какой степени фирма на самом деле является предприятием, функционирующим на принципах кооперации» [6, с. 409]. Неясно, о какой (трудовой, производственной или хозяйственной) кооперации идет речь. Пределы их тождества и различия неопределенны, а аргументация позиций остается явно недостаточной (см.: [1, с. 92]). Пора преодолеть это упрощение, которое, к со-

жалению, уже ярко проявилось в противоречиях современной практики стратегического управления предприятиями и фирмами.

Не является ли предпринимательство эндогенным свойством любого человека как актора? В какой мере «предприятие» – категория рыночного хозяйства? Совпадает ли количественно и качественно объем понятий фирмы и предприятия? Является ли фирма исторической формой предприятия? Различны ли по смыслу ресурсная концепция фирмы и теория компетенций предприятия? Может ли компетенция предприятия не обеспечивать конкурентоспособность фирмы, и наоборот? И, наконец, противостоят ли стратегии фирмы и предприятия?

Эти сомнения отчасти подтверждаются историческим опытом СССР. Предприятия существовали и в социалистическом хозяйстве, но это были не фирмы в их капиталистическом или рыночном понимании. Фирмы в промышленности, торговле и сфере услуг в СССР появились в связи с внедрением коммерческого хозрасчета в 1960-е годы. Они были только предприятиями, которые обладали лишь превращенными формами модернизации старого содержания и как фирмы не соответствовали ему, функционируя в условиях государственно-монополистического социализма, фактически при отсутствии рынка. Колхоз и совхоз – предприятия, но не фирмы. Капиталистическая ферма – фирма в сфере агробизнеса. Советские молочно-товарные фермы – тоже нерыночные формы организации производства. В обыденном сознании населения СССР «фирмачи» были представителями рыночного хозяйства. Разве советских предпринимателей могли назвать «фирмачами»?

Возможно, предприятие и фирма – определения природы и специфики хозяйственной единицы. Это приводит нас к выводу о необходимости осмысления тождества и различия предприятия и фирмы в системе методологических координат эволюционного подхода.

#### **ПРИРОДА ПРЕДПРИЯТИЯ (ТЕЗИС)**

Постоянно и повсеместно мы наблюдаем, что каждый человек предпринимает что-либо с момента рождения и всегда, чтобы жить. Разве вообще может человек жить, ни-

чего не предпринимая? Только выполняя целесообразные действия, он может питаться, защищаться и размножаться, находиться в обществе родственников, соседей и союзников, использовать орудия труда, одежду и жилище. Предприятие выступает как способ действия некоего субъекта, необходимо предшествующий принятию (потреблению) им любого блага, получению удовлетворения от него.

Можно с уверенностью утверждать, что человек не может жить, не предпринимая ничего. Он активно преобразует мир по своим меркам, совершая осознанные, полезные, продуктивные действия. В противном случае ему не быть человеком. Не вызывает сомнения, что при таком понимании предприятие не является исключительно рыночной категорией. Предпринимательство – общее эндогенное свойство человека. В нем проявляется активное, творческое отношение каждого человека к окружающему миру с целью удовлетворения своих потребностей путем создания пригодных для этого искусственных вещей.

Когда представители и последователи неоклассического синтеза выделяют предпринимательство в отдельный фактор производства, они лишают большую часть человечества существенного родового свойства. Обращаясь к подавляющему большинству их трудов, пытливый читатель узнает, что по старинке «мы можем разделить ресурсы на четыре основные категории: земля, труд, капитал и предпринимательская способность» [8, р. 2]. Это представление воспроизводится во многих концепциях, несмотря на свою полную логическую и фактическую несостоятельность.

В понимании предпринимательства как неотъемлемой характеристики людей, их бытия, кроется ответ на вопрос: тождественно ли предприятие фирме или фирма является рыночной формой предприятия, придающей ему историческую специфику как экономическому субъекту в условиях развитого товарного производства, в современной рыночной экономике?

Достаточно широко к исследованию предприятия стал применяться проектный и объектный подход (см.: [1, с. 86–99]). Как объект, производящий продукцию, предприятие представляется в качестве имущественного комплекса, используемого для выполнения хозяйственных функций. Но предприятие

еще и *субъект* хозяйственных отношений, определяющий цель своего существования. Оно одновременно субъект и объект собственности (запасов и резервов, факторов и продуктов производства), используемых для целевых действий по созданию полезного продукта.

Поскольку предприятие можно рассматривать как целенаправленный (содержащий конкретный смысл) *процесс*, то диалектической парой такого его определения следует считать его понимание в качестве *продукта*. Поскольку предприятие направлено на создание конкретного продукта, оно само является продуктом осуществляемого им процесса.

Как *проект* (от лат. «выступление, протягивание, вытягивание, пристройка, выдающийся вперед» и т. п.) предприятие раскрывается через фиксацию способа достижения поставленной, удаленной во времени и пространстве цели. Однако при этом теряется описание множества актуальных хозяйственных функций, текущих процессов производства и предпринимательства, реализующих данный проект. Постановка проблемы противоречия между проектной и объектной сторонами предприятия непосредственно невозможна. Прежде следует фиксировать реальное противоречие между проектом и инвестициями ресурсов в его осуществление. Как особая инвестиция предприятие предстает своеобразным *инъектом* (от лат. «введение, вброс, вливание, возбуждение, насаждение, наложение» и т. п.). Это особенно четко проявляется при самовоспроизводстве и собственных ресурсных вложениях предприятий.

Возможно выделение и других пар координат описания предприятия. Например, в аспектах экономического организма и среды, актора и агента, элементарности и системности, компетентности и конкурентности, онтогенеза и филогенеза. Следовательно, для выведения понятия предприятия в рамках многоуровневой «полилектики» требуется синтез многих диалектических пар его определений, в центре которых всегда остается и обогащается само понятие и осмысливается феномен предприятия.

В эволюционном аспекте предприятие должно быть представлено как экономический организм, производящий конкретный вид продукта, действующий путем трансформации и трансакции факторов, ассимиляции ресурсов и диссимиляции продуктов. Этот экономический орга-

низм непрерывно осуществляет цикл саморазвития относительно состава элементов, процессов и продуктов: *инновация* (изменение) → *селекция* (отбор) → *рутинизация* (стабилизация). Такой организм может работать как для себя (своих участников), так и для других (на рынок).

Как показывает эколоингвистический анализ, в терминах, обозначающих предприятие в романо-германских языках, фиксируется инициатива актора входить, вступать или проникать в природу, вносить в нее изменения, «вписывать» свои потребности в бытие и начинать их достигать. Это означает необходимость активно браться за дело и заняться чем-либо, приступить к работе, понимая ее смысл, разделять естественное и искусственное<sup>1</sup>. Отмечается не только определенность или инстинктивность действия, но его целенаправленность, масштаб и охват всего предмета. Подчеркивается стремление гнать процесс, заниматься чем-либо с помощью силы, приводить в движение, доводить до результата. При лингвистическом анализе особенно ясно видно, что предприятие содержательно предстает как *процесс формирования свойств его продукта*. Процесс, который надо осуществить прежде, чем принять (получить) продукт для потребления. Предприятие – комплекс движущих сил, создающих полезность продукта за счет затрат эндогенных факторов посредством их консолидации, комбинации, конфигурации, коммуникации (см.: [4, с. 150–155]). Оно реально обладает запасами и резервами производительных сил, которые тратятся, действуя как факторы.

Деятельность предприятий характеризуется и ограничивается аллокацией и коммуникацией факторов; составом и активностью их акторов, целями и действиями последних; видами и масштабами принимаемых ресурсов. Она также характеризуется соотношением факторов, запасов и резервов; внутренними трансформациями и трансакциями; нормами, правилами и статусом; локальной организацией и структурой; приемом и трансляцией информации; стратегическими программами и тактическим поведением. Но предприятие не существует изолированно даже тогда, когда работает не на рынок, а на себя, и вступает в отношения со «связанными группами» отраслевых популяций и региональных сообществ.

Предприятие – отдельный экономический организм, которому свойственны: геном и генотип, онтогенез и система компетенций. Все предприятия осуществляют определенный комплекс действий как видовой процесс деятельности, производя блага для потребления (кирпичи, конфеты, суда, вино и т. д.). Именно конкретный вид деятельности определяет специфику ассимиляции (входа) ресурсов, факторных взаимодействий и диссимиляции (выхода) продуктов каждого предприятия. Оно осуществляет затраты факторных сил, формирующих геном его продукта, получает результат и доход.

Природные и общественные условия производства ( $C_n + C_s$ ) формируют соответствующие ресурсы ( $R_n + R_s$ ) фирмы, которые приобретают форму эндогенных факторов предприятия, создающих его продукт ( $Q$ ) как его главную цель. Тогда  $Q = f(A, T, M, Ins, O, Inf)$ , где:  $A$  – акторы,  $T$  – техника,  $M$  – материалы,  $Ins$  – институты,  $O$  – организация и  $Inf$  – информация.

Онтогенез предприятия непрерывно осуществляется в нем от нано- до микроуровня и состоит в циклических повторениях и изменениях комбинаций и последовательностей факторов каждого вида выпускаемого продукта. Способом функционирования предприятия является целенаправленное осуществление единства действий трансформации и трансакции посредством консолидации, комбинации, конфигурации и коммуникации факторов производства в цепях последовательно связанных операций полного производственного цикла каждого конечного продукта.

Специфика предприятия как экономического организма состоит в том, что имеется потребность «непрозрачности» предприятия для внешней среды как обособленного процесса и организма. Представители «связанных групп» (партнеры, сателлиты, агенты) стремятся увеличить доступность во внутреннюю среду предприятия для повышения своей устойчивости. Высокая прозрачность внутренней среды предприятия – условие управления его процессами на основе обработки и трансляции фирмой сигналов внешней среды в процессы на предприятии. Для этого требуется защита от риска открытости «связанным группам» и конкурентам в рыночной экономике.

Результат (продукт) предприятия предстает для его участников в виде приза или премии, выигрыша или награды, находки или добычи, предмета желания и действия. В условиях рыночной экономики этот результат принимает форму как стоимости, так и цены. Можно предположить, что предприятие (*Enterprise*) – только «вход» в выгоду, приз, цену и доход. Оно реально характеризует процесс производства как достижение результата «для себя» и лишь потенциально – «для других». Но если предприятием создается продукт «для других», он должен принимать форму товара и нуждается в особой социальной форме, транзакционной оболочке, связывающей его внутренние процессы и результаты с внешней рыночной средой.

#### ПРИРОДА ФИРМЫ (АНТИТЕЗИС)

«Наша задача открыть причину появления фирм в экономике, строящейся на специализации в обмене» [2, с. 15]. В процессе общественного разделения труда и развития обмена между индивидами и группами, сообществами и союзами производителей предприятия приобретают особую форму социальной дифференциации. При возникновении производства для обмена предприятие становится фирмой, а его продукт – товаром. Когда товарное производство приобретает всеобщий характер, формы товара для продукта и фирмы для предприятия приобретают всеобщее значение.

Не только в теоретическом, но и в практическом аспектах целесообразно различать предприятия ( $E$ ) и фирмы ( $F$ ), исходя из их природы. Первое характеризует содержание деятельности экономического субъекта в конкретных продуктивных и процессных аспектах. Вторая представляет собой транзакционную форму первого в условиях общественного разделения и кооперации труда, или систему его внешних ( $R$ ) и соответствующих внутренних ( $r$ ) отношений, посредством которой оно функционирует в рыночной среде ( $e$ ), сотрудничая и конкурируя с другими экономическими субъектами. Следовательно:  $E \neq F$ , но  $F = f(E/e)$ , где:  $e = \{R, r\}$ . отождествление понятий предприятия и фирмы ведет к обед-

нению содержательной характеристики их обоих (см.: [1, с. 92]). Необходимо провести анализ содержания понятий предприятия и фирмы раздельно как тезиса и антитезиса, чтобы осуществить их синтез в понятии экономического субъекта как единицы рыночной системы хозяйства. Очевидно, фирма служит как защите, так и коммуникации предприятия в рыночной среде, выступая организатором, регулятором и контролером его трансакций.

При рассуждениях о фирме чаще сосредоточиваются на разности подходов к ее изучению в маржинализме, бихевиоризме и неоклассицизме или различиях модельной и реальной фирмы в разных теориях. Теория фирмы сложилась лишь к концу 30-х гг. XX в., но значительно позже теории предприятия. В микроэкономике в качестве хозяйственной единицы до сих пор рассматривается модельная фирма, а не предприятие. Но на переход от институционального понимания фирмы к трансакционному осмыслению этого феномена понадобилось еще много лет.

С одной стороны, Дж.А. Салтер, А. Плант, Д. Робертсон, Ф.А. фон Хайек общество и экономику мыслят не как сложную организацию, а как единый организм, где экономика работает «сама по себе» за счет механизма цен (см.: [2, с. 12]). Р. Коуз отвергает такой подход, поскольку он дает «очень неполную картину нашей экономики», и считает, что «для внутрифирменной ситуации это описание просто не годится» [там же, с. 13]. Он предложил институциональную теорию фирмы как регулятора внутривозрастных взаимодействий, который эффективнее механизма рыночных цен. Однако это было не вполне осознано. Так, Дж.М. Хендерсен и Е.Р. Квандт заявили, что «фирма – это техническая единица, которая производит товары» [6, с. 404], а М.С. Дженсен и В.Х. Меклинг позднее утверждали, что «фирма – это лишь одна из форм юридической фикции» [там же, с. 410].

Рыночное хозяйство – система обособленных, но взаимодействующих экономических организмов, каждый из которых принимает форму фирмы. На практике фирмы создаются для минимизации трансакционных издержек собственников факторов производства, для сокращения их контрактов со всеми другими собственниками путем делегирования

трансакционных функций одной фирме. Поэтому фирмы неминуемо становятся не только институциональными, но организационными и информационными единицами. Фирмы активно изменяют не только внутреннюю, но и внешнюю среду предприятий, влияя на уровень цен, конкурентов и сателлитов, состав и масштабы рынков, аллокацию и оборот ресурсов, на динамику отраслей и сфер, секторов и сегментов. Фиксации институционального качества фирмы недостаточно; ее следует считать трансакционным явлением, связывающим внутреннюю и внешнюю среды предприятий в рыночной экономике.

Под фирмой обычно понимают марку или имя предприятий для покупателей и «связанных групп». Она обеспечивает выход предприятия в среду путем реализации его продукта на основе ее признания агентами среды. Это форма функционирования предприятия, трансляции его продукта посредством своего знака, символа в среду рыночной экономики; способ его ограничения и связи с внутренним миром онтогенеза и другими предприятиями в филогенезе. Она активно осваивает среду, изменяет и ограничивает ее в соответствии со своими интересами и возможностями. Фирму, как и предприятие, но с учетом ее сути и специфики, можно анализировать в аспектах субъекта и объекта, процесса и продукта, проекта и инжекта, актора и агента. В романо-германских языках фирма – синоним устойчивости и твердости, стойкости и непоколебимости, решительности и настойчивости<sup>2</sup>.

Таким образом, фирма – трансакционная форма защиты и коммуникации предприятия, участвующая в формировании цены его продукта на основе предъявления и признания другими его издержек и наиболее выгодного приобретения ресурсов для него на рынке (см.: [6, с. 408]). Только в таком статусе фирма может и должна организовать взаимодействия внутри предприятия для минимизации его затрат и максимизации своей прибыли. Механизм цен в рыночной среде ограничивает связи предприятия через фирму опосредованно. Отсутствие какого-либо влияния механизма цен внутри фирмы иллюзорно, а утверждения Р. Коуза относительно того, что фирмы создаются исключительно для снижения трансак-

ционных издержек внутри предприятий, недостаточны. Ведь контракты всегда обусловлены не только рыночной средой, но и монопольными интересами фирмы.

С другой стороны, у М. Добба и Г.Д. Гендерсона «предприниматель выполняет роль клетки в большом организме, большей частью не осознавая этой своей роли» [2, с. 12–13]. Однако признание предприятия только «клеткой» лишает его самостоятельности принятия решений, способности к видовому индивидуальному воспроизводству. В этом смысле замечания о «цефализации» предприятий посредством фирмы Ф. Найта имеют существенное значение. По К. Марксу, «клеточкой» капиталистического производства становится товар, что тоже вызывает сомнение при эволюционном анализе предприятий и фирм как экономических организмов, действующих в рыночной среде. Капиталистическое хозяйство нельзя рассматривать как единый организм. Это система организмов, действующих на свой страх и риск, имеющих свои видовые особенности и жизненный цикл, не совпадающий с системой в целом. Полное отождествление продукта с товаром невозможно. Товар – социальная форма продукта в рыночном хозяйстве, которая не порождается предприятием непосредственно, но становится возможной при возникновении фирмы.

Признание предприятия организмом предполагает систему обеспечения связей с другими предприятиями в его отрасли (популяции) и с предприятиями других отраслей в конкретном экономическом пространстве (сообществе). Поскольку в рыночной среде именно фирма вступает в сделки с внешними и внутренними агентами, организует их на основе информационных сигналов, то следует говорить о ее трансакционной природе. Фирма – во-первых, реальная конкретная хозяйственная единица капиталистической экономики, а во-вторых, абстрактная категория, имеющая исторический характер в эволюционной методологии (см.: [5, с. 134–136]).

Фирма не тождественна предприятию качественно и количественно. Это «организация, использующая ресурсы для производства товара или услуги с целью получения прибыли, владеющая или управляющая одним или несколькими предприятиями» [3, с. 399]. В самом общем структурном аспекте фирма мо-

жет рассматриваться как комплекс предприятий или бизнес-единиц, производящих части или виды конкретных продуктов, целостно интегрирующий содержательно обособленные подразделения. В функциональном аспекте фирма представляет собой совокупность «отдельных, хотя и взаимосвязанных экономических видов деятельности» [4, с. 149]. Современные авторы отождествляют фирму с компанией, которая рассматривается ими как всеобщая форма единицы бизнеса, закупающая на рынке «ресурсы, чтобы, используя их, выпускать товары и услуги» [7, с. 99].

Необходимость трансакционной экономической оболочки для трансляции сигналов в среду и отражения ее реакций порождает фирму. Именно через фирму осуществляется признание предприятия посредством реализация его продукта как товара другим участникам рынка. Фирма обеспечивает обращение продукта предприятия и его обмен со средой. Она предлагает специализацию, а затем рождает марку, а затем и *brand*. Так фирма формирует вход в селективные процессы среды и получение результатов рыночного отбора, она связывает с другими агентами рынка (партнерами и поставщиками, клиентурой и сторонниками) и противостоит конкурентам.

«Непрозрачность» предприятия как отдельного процесса или организма для внешней среды высока благодаря наличию фирмы. Фирма подает в рыночную среду сигналы о предприятии в значительно искаженном виде, тем самым, защищая его и определяя поведение и позицию каждого своего предприятия среди других. Она демонстрирует в измененном виде через *поведение* свою цель как миссию, позицию, формирует «связанные группы» внешней среды, *goodwill*, создает *brand* действиям предприятия. Неизбежно возникает асимметрия рекламного представления товара, преимущества которого всегда завышены вследствие действия защитной реакции. Это также обусловлено функциями фирмы и стремлением к всемерному росту доходов от реализации.

Через фирму прямые трансакционные связи дополняются обратными. Оценивая среду по ее конъюнктурному давлению, фирма защищает предприятие от внешних агрессивных воздействий путем создания системы реактивного управления. Но с помощью

транзакционных механизмов фирма поддерживает «для себя» высокую внутреннюю прозрачность предприятий для управления ими на основе обработки внешних и внутренних сигналов об изменениях в геноме, процессе и среде производства продукта.

### **ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ И ФИРМЫ (СИНТЕЗ)**

В контексте эволюционного подхода категорию «экономический субъект» следует считать результатом синтеза понятий «предприятие» и «фирма» как связанных эволюционных форм осуществления производства конкретного блага и отношений хозяйственных единиц в рыночной системе соответственно. Интегральная функция фирмы (максимизация прибыли на основе системного поддержания гомеостазиса своих предприятий со средой) реализуется через систему дифференциальных функций обеспечения конкурентоспособности, устойчивости и безопасности в реальной практике.

Предприятие и фирма – единство содержания и формы экономического организма. Логика выведения категорий жизнедеятельности фирмы как транзакционной формы предприятия в качестве экономического организма предполагает жесткую последовательность анализа уровней его строения:

- действие (консолидация и комбинация, конфигурация и коммуникация факторов производительной деятельности);
- операция (завершенный комплекс действий, создающий свойство продукта);
- экономический геном продукта (полная комбинация факторов в комплексе операций по созданию продукта);
- производственный цикл (последовательность операций, формирующая геном продукта);
- дело, производство (совокупность однородных производственных циклов, формирующих business);
- предприятие (объектный, имущественный, субъектный, процессный и проектный производственный комплекс);
- фирма (интегрированный и диверсифицированный комплекс предприятий с общей

системой отношений между ними и внешней средой);

- функционирование и эволюция (посредством системы циклов: инновации → селекции → рутинизации).

Экономическое различие ресурсов и факторов производства может быть определено через соотношение предприятия и фирмы. Наиболее общей характеристикой количества использованных факторов в течение производственного процесса следует считать их расходы. При этом затраты – расходы, отражающие величины факторов производства, использованных для изготовления продукта, представленные в натуральном виде. Издержки – расходы, отражающие стоимостное выражение приобретенных ресурсов, использованных для изготовления продукта. Такой подход не допускает пересечения денотатов данных терминов, относя их к различным категориям предметной области экономического пространства. Существует однозначная логическая и категориальная связь предприятия с затратами, фирмы с издержками, а экономического субъекта с расходами вообще.

Если затраты ( $L$ ) представляется возможным, как это делали А. Смит и К. Маркс, определить как расход факторов производства, использованных для изготовления продукта, выраженный в натуральном виде, то издержки ( $C$ ) возникают в условиях утверждения общественного разделения труда, частной собственности и рыночной системы обмена товарами как стоимостная, денежная (ценовая) форма затрат:  $C = g(L)$ . В этом кроется качественное и количественное различие затрат и издержек. Издержки определяются посредством обмена через рыночные цены ресурсов на входе и товаров на выходе частной фирмы.

Внешне представляется, что затраты определяются издержками, но это – вторичная обратная связь. Денежная форма представления затрат позволяет относительно оценить качество и количество привлекаемых ресурсов и факторных затрат на производство каждого продукта. Отражение величины реальных затрат и доходов в цене товара имеет устойчивую тенденцию к отклонению. В условиях рыночной экономики прибыль фирмы включает чистый доход предприятия. Выручка от реализации товара фирмой – форма при-

знания продукта предприятия во внешней среде. Предприятие может существовать без прибыли, а фирма теряет рыночный смысл.

Количественно затраты каждого предприятия (даже в рамках одного продуктового вида) индивидуальны и различны. Признанные рынком издержки фирмы тоже почти всегда отличаются от индивидуальных затрат количественно, поскольку они определяются на основе наиболее массовых, общественно необходимых или усредненных затрат. Алгоритм получения денежной оценки затрат является неотъемлемой характеристикой издержек. Различия в нем могут становиться причиной и следствием качества оценки, служить предпосылкой для классификации издержек, отвечать различным сферам применения полученных оценок.

Предприятие и фирма – содержание и форма отдельного организма товарного производства, которые качественно и количественно различаются. Фирма как рыночная форма жизни и коммуникации предприятия неотделима от него. Однако предприятия возникли до фирм вследствие разделения условий, ресурсов и факторов труда, их существование без фирмы возможно, а фирмы без предприятия – нет. Без предприятия фирма вырождается в ее «чистую» трансакционную форму. Функцией пустой фирмы становится не реальная трансформация ресурсов в товар или услуги, а трансакция денежного капитала. Таковы теневые фирмы-«однодневки».

Расширение фирмы возможно до транснациональных, сетевых корпораций, а сжатие фирмы возможно до одного рабочего места. Пространство и время жизни фирмы и предприятия не совпадает. В отличие от фирмы предприятие локализуется жестко. Фирма может находиться далеко от своего предприятия, что непосредственно не влияет на его продукт.

Предприятие и фирма имеют различные границы бытия в рамках кругооборота индивидуального капитала:  $\{Res \text{ (ресурсы)} \rightarrow [Stk \text{ (запасы и резервы)} \rightarrow Fac \text{ (факторы)} \rightarrow Out \text{ (выпуск)}] \rightarrow Rev \text{ (выручка)}\}$ , где:  $\{ \}$  – границы фирмы;  $[ ]$  – границы предприятия.

Способными эволюционировать в изменяющихся условиях среды оказываются только предприятия, умеющие отдаляться от равновесного состояния и репродуцировать себя на новом уровне соответствия среде. спосо-

бом эволюции предприятия является последовательное осуществление инновации в факторах, их коммуникациях и свойствах продукта, их внутренней и внешней селекции и последующей рутинизации в цепях производственных циклов. Определяющим в этом процессе для предприятия является его компетенция, а для фирмы – ее конкурентоспособность как отношение компетенций разных предприятий.

Способности акторов определяют их компетенцию и вызывают конкуренцию привлечения факторов. Непрерывное нарушение и восстановление соответствия факторов – условие развития предприятия. Замещение трансформационных и трансакционных факторов наблюдается не только внутри их групп (например,  $A$  на  $T$  или  $O$  на  $Ins$ ), но и между ними (например,  $T$  на  $O$  или  $A$  на  $Ins$ ). Компетенция акторов предприятия всегда проявляется как базовый компонент конкурентности фирмы. Компетентность предприятия – капитализированная способность его акторов, которая обеспечивает конкурентность фирмы. В этом переходе фирма приобретает рыночное господство над предприятием. Конкуренция – соревнование компетенций предприятий фирм во внешней среде, на всех уровнях от отрасли (продуктовой популяции) до мирового хозяйства (глобального сообщества). Расширение конкуренции в среде определяет характер расширения масштабов и власти фирмы за счет ее предприятий, порождая противоречия и конфликты между ними.

В процессе филогенеза предприятий и фирм формируются их «связанные группы», «сегментные семьи» и субституты, отраслевые (продуктовые) «популяции» фирм, региональные сообщества фирм. Также формируются глобальные сообщества и общество фирм, их генерации как поколения товаров на микро-, макро- и мегауровнях. Особо следует выделить сукцессии как формы проявления последовательной смены фаз жизненного цикла территориально-отраслевых сообществ. Механизмы филогенеза фирм: формы консолидации и конкуренции, интеграции и миграции, дивергенции и конвергенции, интервенции и др.

Важное место в понимании тактики и стратегии предприятий и фирм занимает исследование их поведения. Согласно социологической традиции – поведение первично по отношению к действию, что в рамках эволю-



ционной экономики вызывает необходимость дополнительного анализа. Поведение предприятия (фирмы) – способ проявления его целенаправленных действий исходя из соответствия их смыслов и желаемых результатов актуальному состоянию среды с учетом поведения «связанных групп».

Поведение актора всегда фиксируется по следам действия, по осознанию другими его смысла и вида. Действие первично. Поведение предприятия также фиксируется и оценивается после ряда действий или событий, изменяющих предприятие как субъект, объект, процесс и проект. Что важнее для понимания предприятия и фирмы: действие или поведение? Действие и поведение характеризуют как предприятия, так и фирмы. Важно определить адекватность поведения действиям фирмы относительно предприятия и относительно внешней среды. Действие содержательно и изначально свойственно предприятию, а его поведение во многом регламентируется и регулируется фирмой. Поведение предприятия менее устойчиво и более мобильно. Поведение как формальная характеристика важнее для фирмы, поскольку оно позволяет адаптироваться к окружающей рыночной среде в условиях конкуренции, противостоять случайной или организованной неопределенности трансакций. Поведение фирмы более устойчиво и менее мобильно, поскольку связано дважды: предприятием изнутри и внешней средой.

Совместная эволюция предприятия и фирмы необратима. Эволюция предприятия – последовательная смена цели, факторов, продукта в изменяющейся среде для обеспечения гомеостаза. Даже негативный отбор или негативная обратная связь не позволяют предприятию получить обратное направление развития. Предприятие как экономический организм никогда не может вернуться в свое прежнее состояние; оно способно лишь «вспоминать и сравнивать» или может переродиться в другое предприятие. Всякое изменение предприятия безвозвратно, а позднее раскаяние в выборе консервативного курса вновь обращает к той же вариации. Каждый случай повторения трансформации и соответствующей трансакции создает уже иную ситуацию, и необратимость эволюции предприятия обуславливает необратимость эволюции фирмы.

Однако все же наблюдается дифференциация эволюции фирмы и предприятия. Фирма может проводить селекцию, создавать, объединять и ликвидировать множество предприятий параллельно и последовательно. Фирма существует, пока работает хотя бы одно ее предприятие. Предприятия фирмы могут возникать или умирать, частично менять специализацию или аллокацию, саботировать или инициировать инновации, работать синхронно или разновременно. Поведение фирмы и предприятия часто сильно различается, что обусловлено противоречиями в связи между ними.

Стратегия предприятия (фирмы) – определенный целенаправленный способ его (ее) перехода из реального в предпочтительное состояние с позиции интересов его (ее) участников (собственников, менеджеров, работников) в рамках ориентированного пространственно-временного континуума. При этом изменяются все внутренние и внешние параметры их субъектно-объектной, проектно-инвестиционной, процессно-продуктивной, структурно-функциональной и институционально-организационной характеристик.

Однако эволюция, стратегия и тактика предприятия и фирмы все же существенно отличаются по целям и средствам, времени и пространству деятельности. В то же время в конкретных условиях на тех или иных этапах реализации стратегий они могут консолидироваться на основе общих интересов. Для этого нужен специальный экономический механизм, как отмечает Г.А. Саймон [6, с. 409]. Эволюция фирмы специфично интегрирует и отражает эволюции ее предприятий. Фирмы «сливаются» и «поглощаются», что кардинально меняет или расширяет масштабы, субъектную и объектную базу их стратегий, состав и роли их предприятий. Стратегия фирмы дифференцируется в стратегиях ее предприятий и интегрирует их стратегии.

С позиции эволюционного подхода стратегию целесообразно всегда рассматривать в аспекте и масштабе как предприятия, так и фирмы. Системность и характер стратегии определяются взаимодействием содержания и формы экономического организма – предприятия и фирмы. Профиль стратегии зависит от сферы, масштаба и уровня субъекта, методов и инструментов достижения ре-

зультата. В процессе эволюции предприятия и фирмы всякая стратегия параллельно и последовательно дополняется или замещается другой, а их продолжительность не жестко зависит от достижения поставленной цели.

Стратегии эволюционируют непрерывно: одна стратегия переходит в другую, пока живут предприятие и фирма. Возможен и превентивный переход к другой стратегии по внешним и внутренним причинам. Любая стратегия имеет системный эффект для предприятия и фирмы. Реально стратегии предприятия и фирмы могут противостоять друг другу тайно или явно, быть асимметричными и асинхронными, поэтому важная задача стратегического планирования и управления предприятием и фирмой – снимать это противоречие.

#### ПРИМЕЧАНИЯ

<sup>1</sup> См.: в романо-германских языках: **Enterprise** (н, англ.), **Entreprise** (ф, фр.), **Betrieb** (м, нем.) – предприятие, инициатива. **Entreprendre** (v, фр.), **unternehmen, vornehmen** (v, нем.) – предпринимать, где: **prendre, nehmen** – брать; **unter, vor** – под, до. **Enter** (v, англ.) – входить, проникать, вступать, вносить, вписывать, начинать, братья, заниматься, приступить, понимать, разделять. **Be** – указывает на наступление действия, его распространение на весь предмет. **Trieb** (м, нем.) – инстинкт > **treiben** (v, нем.) – гнать, доводить, приводить в движение, заниматься чем-либо. Отсюда **Triebkraft** (м, нем.) – движущая сила и **Triebwerk** (м, нем.) – двигатель, силовая установка, приводной механизм, привод, передача, где: **Werk** (м, нем.) – дело,

работа, труд, предприятие, завод, механизм, производство.

<sup>2</sup> **Firm** (н, англ.), **Firma** (ф, нем.), **Firme, maison de commerce** (ф, фр.) – торговый дом, имеющий марку, знак. Фирма предлагает специализацию, рождает брэнд. **Firm** (а, англ.) – устойчивый, твердый, стойкий, непоколебимый, решительный, настойчивый и т. п.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Клейнер, Г. Б. Эволюция институциональных систем / Г. Б. Клейнер. – М. : Наука, 2004.
2. Коуз, Р. Г. Природа фирмы / Р. Г. Коуз // Теория фирмы / под ред. В. М. Гальперина. – СПб. : Экон. шк., 1995.
3. Макконнелл, К. Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика : в 2 т. / К. Р. Макконнелл, С. Л. Брю. – М. : Республика, 1992. – Т. 2.
4. Портер, М. Конкуренция между местами размещения бизнеса: глобальная стратегия как способ обеспечения конкурентного преимущества / М. Портер // Курс МВА по стратегическому менеджменту : пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2004.
5. Уинтер, С. Конкуренция и отбор / С. Уинтер // Экономическая теория / под ред. М. Милгейта, П. Ньюмена : пер. с англ. – М. : ИНФРА-М, 2004.
6. Фуруботн, Э. Г. Институты и экономическая теория: Достижения новой институциональной экономической теории : пер. с англ. / Э. Г. Фуруботн, Р. Рихтер. – СПб. : Издат. дом С.-Петерб. гос. ун-та, 2005.
7. Харвей, Дж. Современная экономическая теория : пер. с англ. / Дж. Харвей. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003.
8. McEachern, W. A. Economics : a Contemporary Introduction / W. A. McEachern. – South-Western College Publishing (USA), 1997.

## ENTERPRISE AND FIRM: A WAY OUT OF DELUSIONS IN THE LIGHT OF EVOLUTIONARY ECONOMIC THEORY

*O. V. Inshakov*

The article focuses on a topical problem of identity and difference conception of an enterprise and a firm in methodological coordinates of the evolutionary approach. An enterprise is characterized by an activity content of an economic entity in specific productive and process aspects. A firm is defined as a transaction form of enterprise in the context of labour social division and cooperation, or a system of its external and internal relations through which it functions in the market environment. The author concludes that a strategy should be examined in terms and scale of enterprise and firm as an economic entity form and content. Their interactions determine the strategy system and its character. Enterprise and firm strategies can be opposing, asymmetrical or asynchronous, so the important task of strategic planning, enterprise and firm management is to resolve this contradiction.

*Key words:* economic theory, enterprise, firm, evolutionary economics, economic entity.