

## **Тема 2. Микроэкономические теории взаимосвязи предпринимательства и технологических изменений**

*1.1. Марксистская теория избыточной прибавочной стоимости как стимула инноваций*

*1.2. Неоклассическая теория конкуренции*

*1.3. Шумпетерианская теория «созидательного разрушения», роль новатора (шумпетеровского предпринимателя).*

### **1. Марксистская теория избыточной прибавочной стоимости как стимула инноваций.**

Качественно новым этапом в развитии экономической науки явилось экономическое учение К. Маркса (1818-1883). Большой вклад в развитие марксистского учения внес близкий друг и соратник Маркса Ф. Энгельс (1820-1895). Ф. Энгельс, работая управляющим на предприятиях своего отца и хорошо зная практическую сторону капиталистического производства, постоянно консультировал Маркса по многим вопросам, читал его рукописи и делал критические замечания, предлагал собственные решения тех или иных теоретических вопросов. Ряд крупных работ Маркс и Энгельс написали в соавторстве. Энгельс отредактировал и подготовил к печати рукописи 2 и 3 томов «Капитала», которые были опубликованы после смерти Маркса.

Маркс, основываясь на принципах классической политэкономии и созданной ею трудовой теории стоимости, внес в них существенное дополнение. Экономические отношения, – в отличие от классиков, – он стал рассматривать не как обусловленные якобы вечной природой человека, не как неизменные, а как имеющие исторически преходящий характер, развивающиеся по собственным объективным законам, независимым от воли людей, и определяющие общественную природу человека. К. Маркс установил, что в основе развития экономического базиса общества в конечном счете лежит уровень производительных сил общества.

Под предметом политической экономии в марксистском учении понимается система производственных отношений исторически определенного способа производства, рассматриваемая во взаимосвязи с производительными силами общества, законы ее функционирования и развития. Маркс в своем главном труде «Капитал» указывал: «Предметом моего исследования в настоящей работе является капиталистический способ производства и соответствующие ему отношения производства и обмена»[2].

Марксистская теория использует метод материалистической диалектики. Для нее важно выяснить, как возникли отношения того или иного способа производства, какие основные этапы в своем развитии прошли, по каким исторически определенным, объективным законам они функционируют и как будут развиваться дальше. Так, если экономистов-классиков интересовали в основном количественные аспекты стоимости товаров, то Маркс исследовал стоимость как экономическое отношение, выяснил, как оно возникло, какие стадии в своем развитии прошло и каковы закономерности его дальнейшего развития. Это позволило Марксу установить закономерности эволюции форм стоимости, возникновения и развития денег как формы разрешения противоречий товарного обмена. Данный подход был осуществлен не только в отношении стоимости, а и всех основных экономических категорий, таких, как товар, деньги, цена, капитал и т.д., подвергнутых анализу Марксом.

В марксистском учении сознание, психология людей рассматриваются лишь как отражение объективных экономических процессов. Все экономические явления и процессы изучаются с позиции того, как они воспроизводятся в процессе производства, распределения, обмена и потребления продуктов труда. В экономических отношениях выделяются и исследуются прежде всего отношения между классами. Для понимания сложных процессов функционирования и развития экономических отношений применяется метод восхождения от абстрактного к конкретному. Он означает выделение сущности явления и ее анализ «в чистом виде», а

затем постепенный переход к учету менее существенных сторон явления, к пониманию его как многообразного единства различных сторон и моментов.

К. Маркс создал теорию прибавочной стоимости, на базе которой раскрыл законы функционирования капиталистической экономики. Он изучил закономерности становления и развития капиталистического способа производства и обосновал вывод о том, что этот способ производства не вечен и неизбежно будет заменен другим способом, основанным на общественной собственности на средства производства.

Следует отметить, что вывод об исторически преходящем характере частной собственности и капитализма был сделан задолго до Маркса – сторонниками социалистических учений (Т. Мор (1478-1535), Т. Кампанелла (1568-1635), А. Сен-Симон (1760-1825), Ш. Фурье (1772-1832), Р. Оуэн (1771-1858)), которые в доказательство его приводили соображения о справедливости, разумности, рациональности и т.п. Маркс же показал, что объективные законы и противоречия развития самого капиталистического способа производства ведут к его качественному преобразованию, замене иным способом производства.

Маркс установил тесную связь между имевшимися экономическими учениями и интересами определенных классов и пришел к выводу о том, что политическая экономия не может быть вне- или надклассовой, что она неизбежно носит классовый характер, т.е. выражает интересы того или иного класса. Маркс открыто объявил о том, что его учение также имеет классовый характер – служит интересам рабочего класса, поскольку рабочий класс является наиболее передовым классом современного общества, способным осуществить преобразование капитализма в бесклассовое коммунистическое общество.

Марксистское учение получило дальнейшее развитие главным образом в трудах В.И. Ленина, И.В. Сталина, работах советских экономистов. В.И. Ленин создал теорию империализма и государственно-монополистического капитализма, рассматривая их как стадии в развитии капиталистического

способа производства, разработал теорию построения социализма в СССР и практически руководил им в первые года Советской власти. И.В. Сталин сформулировал ряд принципиальных положений и выводов, касающихся системы социалистических производственных отношений и их законов, на основе которых строилось государственное плановое управление экономикой Советского Союза в 1930-50-е гг. В последующие годы в советскую экономическую науку вносились существенные изменения, результатом которых стали хозяйственная реформа 1960-х гг., а затем перестройка 1980-х гг., знаменовавшая полный отход советского руководства от основных положений и выводов марксистского учения. Логическим завершением этих процессов явилась рыночная реформа, содержание которой состояло в устранении остатков социализма и реставрацию капиталистического строя.

Марксистская политическая экономия, построенная на трудовой теории стоимости, является одной из главных ветвей современной экономической теории.

## **2. Неоклассическая теория конкуренции**

Принято выделять 5 этапов формирования теории конкуренции [3]. Первый этап (конец XVIII - начало XIX вв.) – сформулирована роль конкуренции и условия модели совершенной конкуренции. Конкуренция на этом этапе считается главной силой, которая устанавливает рыночную цену на «естественном» уровне. Дж. Стиглер находит у Смита определенный набор, который можно назвать первой систематизацией условий свободной конкуренции в экономической науке: 1. Конкуренты должны действовать независимо, а не в сговоре. 2. Число конкурентов, потенциальных или уже имеющих, должно быть достаточным, чтобы исключить экстраординарные доходы. Экономические единицы должны обладать приемлемым знанием о рыночных возможностях. Должна быть свобода (от социальных ограничений) действовать в соответствии с этим знанием. Нужно достаточно времени, чтобы направление и объем потока ресурсов стали отвечать желанию владельцев. Долгое время предпосылки А. Смита

считались полными и достаточными для обеспечения оптимальных результатов. Взгляд на теорию конкуренции был изменен с наступлением маргиналистской революции [4]. Второй этап (середина – вторая половина XIX века) – определены условия возникновения конкуренции и заложены основы теории совершенной конкуренции. Свой вклад в развитие теории конкуренции на данном этапе внесли Курно А. О., Дюпюи Ж., Госсен Г. Г., Кэрнс Д. Э., Джевонс У. С. Именно Джевонс в 1871 году понятие «закон безразличия», определяя условием существования совершенного рынка, наличие только одной цены у любого однородного товара, установление которой не зависело от территориальной близости участников. Дж. Кэрнс определил состояние свободной конкуренции как такое, при котором товары обмениваются пропорционально затратам труда и капитала на их производство. Ученик Джевонса Ф. И. Эджуорт первым попытался дать систематическое и строгое определение совершенной конкуренции. «Область конкуренции в отношении рассматриваемого контракта (или контрактов) состоит из всех отдельных лиц, желающих и могущих пересмотреть обусловленные цены контракта...» Ф.Эджуорт выделяет четыре условия совершенной области; первые два соотносятся с понятиями разнообразия или непрерывности, вторые два - с делимостью или подвижностью. Следующим этапом было определение необходимых и достаточных условий для достижения полезной концепции конкуренции. Конкуренция требует: во-первых, неопределенно большого числа участников с обеих сторон рынка; во-вторых, полного отсутствия ограничений «корыстолюбивого поведения» и, в-третьих, полной делимости продаваемых товаров. Исследуя конкуренцию, нельзя не остановиться на работах К. Маркса. Противоречивое единство монополии и конкуренции впервые было раскрыто именно К. Марксом. В марксистской теории были раскрыты причины появления монополии, экономическая характеристика и историческое место монополии. К. Маркс проанализировал три типа монополии: естественную, случайную и собственно капиталистическую. Естественная

монополия не связана непосредственно с основным производственным отношением капитала. Она может существовать в любом обществе, где имеется частная собственность. Как правило, естественная монополия вытекает из природного преимущества, полученного тем или иным производителем в связи с монопольным обладанием особо благоприятными природными ресурсами. Наибольшее распространение природная монополия получила в сельском хозяйстве и добывающей промышленности. Естественная монополия – один из древнейших видов монополии. Она существовала еще в рабовладельческом обществе. Производственные отношения, скрывающиеся за естественной монополией, меняются в зависимости от типа общественной формации, но одно условие остается неизменным – господство частной собственности. Развивая положения К. Маркса применительно к эпохи империализма, В. И. Ленин показал многообразие форм и методов конкурентной борьбы в условиях монополистического капитализма. «... Монополии, - писал он, - вырастая из свободной конкуренции, не устраняют её, а существуют над ней и рядом с ней, порождая этим ряд особенно острых и крутых противоречий, трений, конфликтов. Третий этап (начало – середина XX века) - создание теории монополистической и несовершенной конкуренции, концепции изменения сущности конкуренции под влиянием крупных монополий и роста влияния государства. Теория конкуренции А. Маршалла легла в основу экономического образования вплоть до 40-х г. XX столетия. Маршалл писал о том, что допускает, что силы спроса и предложения действуют свободно, что не существует прочного объединения торговцев на обеих сторонах, что каждый выступает самостоятельно и что широко разворачивается свободная конкуренция, т.е. что покупатели обычно беспрепятственно конкурируют с покупателями, а продавцы столь же беспрепятственно конкурируют с продавцами. Однако подчеркивал, хотя каждый выступает сам за себя, предполагается, что его осведомленность о деятельности других обычно вполне достаточна, чтобы он не стал соглашаться продать по меньшей цене

или покупать большей, чем все остальные. Маршалл отмечал, что не существует единого термина, строго соответствующего данной цели, но выражение «свобода производства и предпринимательства», или, короче, «экономическая свобода», указывает правильное направление и его можно употреблять за неимением лучшего. Таким образом, предполагается, что возможность свободного выбора одинаково может привести как к состязанию, так и к сотрудничеству. К многочисленным заслугам А. Маршалла можно отнести попытки учесть промежуточные состояния между монополией и конкуренцией (то, что позже стали называть несовершенной конкуренцией), поскольку он указывал, что элемент монополии неизбежно имеется в любой конкурентной системе [6].

Неоклассическая теория конкуренции (теория конкуренции А. Маршалла) была дополнена Д. Б. Кларком, Г. Фон Штакельберг, Д. С. Бейн, и конечно, Э. Чемберлин. Чемберлин рассматривает элемент монополии как естественную, нормальную черту конкурентной системы. Чемберлин полагает, что «чистая» конкуренция является нежизненной, искусственной абстракцией и не может рассматриваться как исходная база для описания реальности. Даже при любом большом количестве производителей и продавцов данного вида товаров каждый из них предлагает покупателям по существу свой особый, дифференцированный продукт. [8] Дифференциация продукта вытекает из многих условий: особенности конструкции, форма и окраска, упаковка, оригинальная реклама, торговая марка, особый набор услуг, сопровождающий реализацию данного продукта, персональные свойства продавца, конкретное местоположение торгового предприятия. По мнению Ю. Ольсевича смысл дифференциации продукта по Э. Чемберлину это создание фирмой своего особого субрынка, фирма обеспечивает себе известную стабильность, устойчивый сбыт продукции. Дифференциация как естественная реакция на конкурентов, естественное проявление конкуренции. Из теории Э. Чемберлина Ю. Ольсевич делает парадоксальный вывод: «потому, что конкуренция по самой природе своей изначально

является монополистической конкуренцией, она сохраняется вопреки угрозам со стороны концентрации и монополизации. Иначе говоря, мелкий либо средний производитель и торговец потому и в состоянии выдерживать состязание с крупным, что он сам является частичным монополистом и способен контролировать свой частичный рынок. Более того, у самих крупных производителей всегда существует стимул раздробить своё производство на филиалы, чтобы приспособить его к местным рынкам. Так конкуренция сама себя воспроизводит, и чем глубже и шире дифференциация продукта (услуг), чем больше данный рынок раздроблен между частными монополистами, тем более он устойчив против поглощения группой олигополистов либо абсолютной монополией. За сохранение конкуренции обществу приходится платить: по сравнению со стандартизированным продуктом, который предполагается «чистой» конкуренцией, дифференциация продукта влечёт за собой рост издержек, ограничение выпуска и повышение цен. Четвертый этап (середина - вторая половина XX века) – обогащение теории конкуренции идеями о необходимости использования инноваций, новой информации, экономического прогресса, предпринимательства. Й. Шумпетер, Ф. фон Хайек, И. Кирзнер. Й. Шумпетер продолжил критику идеала совершенной конкуренции, начатую Э. Чемберлином, на тех же основаниях – в реальности условия совершенной конкуренции отсутствуют, и предопределенного состояния равновесия, особенно если речь идет об олигополии, на рынке тоже нет. Й. Шумпетер выделил две стороны конкуренции – конкуренция организующая (или созидательная) и конкуренция дезорганизующая (или разрушительная) – явление, которое он назвал «созидательным разрушением» [9]. Рассматриваемая в качестве динамического процесса, конкуренция ведет к открытию нового товара, новой технологии, нового источника сырья или нового типа организации. Эта конкуренция, по словам Й. Шумпетера, с одной стороны, обеспечивает существенное сокращение издержек и повышение качества продукции, но с другой стороны,



угрожает существующим фирмам не незначительным сокращением прибылей и выпуска, а полным банкротством. Монополистическая практика служит здесь элементом долгосрочной политики роста отрасли, а сама монополия обладает положительными чертами, которые могут перевешивать возможные структурные ее следствия в виде ограничения выпуска и роста цен. К положительным моментам монополии Й. Шумпетер относит следующие. Монопольная прибыль может служить эффективным способом накопления средств для финансирования дополнительных инвестиций в отрасли. В распоряжении монополиста могут находиться способы производства, недоступные или труднодоступные для его конкурентов. Монополия может иметь на порядок более устойчивое финансовое положение. У монополии больше средств для финансирования технического прогресса, что идет на пользу всей экономике, а не только данной отрасли. Совершенная конкуренция порождает такие дополнительные расходы в виде менее эффективной внутрифирменной организации производства, менее производительной технологии, невозможности эффективно оценить и использовать новые перспективы, которые делают подобный тип рынка, в глазах Й. Шумпетера, не только неоптимальным, но и даже нежелательным. Более широкий взгляд на конкуренцию и как бы в качестве продолжения концепции Й. Шумпетера развивает Ф. Хайек. Он критикует идеал совершенной конкуренции, но с несколько иных позиций, чем это делали Э. Чемберлин или Й. Шумпетер. Он считает, что экономическая теория просто неправильно использует сам термин «конкуренция». Согласно его точке зрения, конкуренцию следует рассматривать более широко, не только и не столько в качестве стратегии взаимодействия фирм на рынке, но в качестве движущей силы экономической жизни. Поэтому Ф.Хайек делает различие между конкуренцией как процессом динамическим по своей природе и конкурентным равновесием – статической версией модели рынка. Если анализировать статическую модель конкуренции, то по Ф. Хайеку, совершенная конкуренция оказывается лишь одной из возможных точек

реального конкурентного процесса, а вовсе не единственной и не детерминированной.[6] В качестве элемента конкурентного порядка сама конкуренция трактуется как процесс обучения, координации, открытия, метода проб и ошибок, отбора. Например, И.Кирзнер оценивает конкуренцию как процесс обнаружения и освоения новых возможностей, функция которого – обучать нас искать тех, кто может удовлетворить наши нужды наилучшим образом. Преимущества конкуренции как особой формы организации рынка проявляются в должной мере в динамике конкурентного процесса. Конкуренция действует через инновации. Инновации рассматриваются как способ снижения издержек и выхода на новые рынки. Однако возможна ситуация излишней конкуренции, когда отсутствие должной степени координации между фирмами-инноваторами ведет к дублированию усилий, росту издержек, что имеет своим исходом неэффективность инновационного процесса. В то же время конкуренция может трактоваться как вызывающая несовершенную координацию и ведущая к возникновению длительных и накапливаемых неравновесных состояний. Для преодоления этих негативных последствий конкуренции рынок вырабатывает особые институты координации – в виде слияний и поглощений, сотрудничества и стратегических союзов, которые помогают организовывать конкурентный процесс [6].

Пятый этап - конец XX века, когда под влиянием глобализации научные исследования были направлены на решение практических задач по выявлению конкурентных преимуществ стран и компаний, завоеванию лидирующих позиций на современных и будущих рынках. В конце XX века начинает развиваться еще один интересный подход к анализу конкуренции и конкурентных взаимодействий на отраслевых рынках. Эта концепция, получившая название «концепция границ», связана с исследованиями Лондонской школы экономики и, в частности, с работами Дж. Саттона. Дж. Саттон исходит из принципиальной невозможности определения однозначной зависимости между уровнем концентрации (конкуренции) в отрасли и величиной отраслевой прибыли

фирм применительно к сложным рынкам современной экономики. Нет необходимости в том, чтобы, как думали структуралисты и последующие эмпирические исследователи рыночных структур, искать прямую ли или обратную зависимость этих двух величин (или каких-либо других величин, характеризующих параметры рынков). Рынки динамичны по своей природе. Поэтому единственно, что может сделать исследователь, - это указать на границы допустимых рыночных исходов. Можно выделить лишь верхнюю и нижнюю границы, в рамках которых результаты взаимодействия фирм будут стабильными. Особая роль в определении стабильных рыночных конфигураций отводится, согласно Дж. Саттону, необратимым издержкам. Необратимыми считаются издержки, которые вынуждена нести фирма, собирающаяся войти в отрасль, и которые не несут фирмы, уже действующие в отрасли. Необратимые издержки – это издержки входа, которые невозможно возместить в случае последующего выхода фирмы из отрасли. Дж. Саттон выделяет два типа необратимых издержек – экзогенные и эндогенные издержки. В качестве экзогенных необратимых издержек берутся издержки лицензирования деятельности фирмы, а также издержки, связанные с выходом производства на минимально эффективный уровень. К эндогенным издержкам относятся расходы на рекламу (и прочие методы стимулирования сбыта) и расходы на НИОКР. Сущность конкуренции и ее движущие силы детально рассматриваются в трудах английского экономиста М. Портера. Он пришел к выводу о том, что в конкуренции участвуют не только непосредственные претенденты. Скорее, конкуренция в отрасли, лежащая в основе экономики, и конкурирующие силы простираются значительно дальше обычного противостояния сторон в отдельной отрасли промышленности. Потребители, поставщики, потенциальные участники и продукты-заменители – все являются конкурентами, в той или иной степени оказывающими влияние на отрасль. Результатом исследований М. Портера стала концепция пяти сил конкуренции, позволяющая определить детерминанты, оказывающие наибольшее влияние на хозяйствующие

субъекты в условиях рыночной конкуренции. Согласно указанной концепции, состояние конкуренции на определенном рынке можно охарактеризовать как результат взаимодействия пяти конкурентных сил:

- угроза вторжения новых конкурентов;
- угроза появления продуктов – заменителей;
- экономический потенциал поставщиков;
- экономический потенциал покупателей;
- соперничество среди существующих конкурентов.

Указанные силы, в конечном счете, формируют условия, в которых функционирует конкретный рынок и составляющие его единицы. Состояние каждой силы и их совместное воздействие определяют возможности предприятия в конкурентной борьбе и его конкурентный потенциал. С другой стороны, значение каждой из пяти сил определяется структурой отрасли, ее производственными, технологическими, экономическими и другими характеристиками. Таким образом, теория конкуренции прошла пять основных этапов развития, обогащаясь и трансформируясь в новые модели, соответствующие тому или иному уровню развития общества. Понятие о предпринимателе (*entrepreneur*) как о хозяйственном субъекте, берущем на себя риск, связанный с организацией нового предприятия или с коммерческим внедрением новой идеи, нового продукта или нового вида услуг, впервые появилось в книге Р. Кан-тильона "Очерк о природе коммерции".

Все творцы экономической теории так или иначе признавали важность предпринимательской деятельности. Еще Ж.-Б. Сэй заметил, что предприниматель перемещает экономические ресурсы из области низкой производительности и низких доходов в область более высокой производительности и прибыльности. Однако никто не выделял особую самостоятельную роль предпринимателя как одного из движущих факторов экономического развития. Теоретики научно-технического прогресса (К. Фримен) и менеджмента (П. Дракеро) однозначно признают, что

последовательная теория предпринимательства была впервые предложена И. Шумпетером. Но по ряду объективных причин его пионерным работам не уделялось должного внимания вплоть до последней четверти XX в.

Неоклассическая экономическая теория полагает, что экономика стремится к достижению состояния равновесия, а поведение предприятий соответствует принципу максимизации прибыли и минимизации затрат. Теории роста, основанные на неоклассической доктрине, описывают только количественную сторону экономического развития. При этом одни показатели - такие, как доход на душу населения, капиталоемкость, производительность труда - могут со временем возрастать, тогда как другие - как, например, доля дохода на капитал или доля трудовых затрат в национальном доходе - могут оставаться постоянными. Но одна лишь динамика макроэкономических показателей не отражает таких качественных сдвигов в экономическом развитии, как появление принципиально новых технологий, новых типов фирм, глубоких структурных изменений в промышленности, рождение новых институтов и т.п. В феноменологических теориях роста нет места первопричине экономического прогресса.

### **3. Шумпетерианская теория «созидательного разрушения», роль новатора (шумпетеровского предпринимателя).**

Шумпетер предпринял попытку выявить движущие силы экономической динамики. Целью его исследований было построение теории так называемых циклов деловой активности (*business cycles*) - волнообразных чередований периодов относительного процветания и депрессии, которые впервые были обнаружены Н. Кондратьевым. Шумпетер выдвинул гипотезу, согласно которой двигателем экономического развития, которое он мыслил как циклический процесс структурных изменений, рождающихся внутри экономики, является инновационная деятельность предпринимателя. Практические исследования в области научно-технического прогресса полностью подтвердили подобное видение функции предпринимателя.

Шумпетеровское определение инноваций (нововведений) чрезвычайно емко и включает, помимо технических нововведений, также организационные, управленческие и маркетинговые инновации, новые рынки, новые источники снабжения, финансовые нововведения и новые сочетания ресурсов. Он проводит четкое различие между изобретением и инновацией, то есть между оригинальной (пусть даже запатентованной) идеей нового продукта или технологического процесса, составляющей предмет изобретения, и переводом этой идеи в коммерчески реализуемое нововведение. Проектирование, разработка, производство и маркетинг нового продукта не идентичны изобретательской деятельности и, более того, не обязательно осуществляются в рамках одной и той же организации. Такая дифференциация принципиально важна, хотя изобретательство и инноваторство часто взаимодействуют, и процесс внедрения инноваций служит катализатором последующих изобретений. Кроме того, Шумпетер указывал на различие между собственно внедрением и диффузией (распространением) инноваций, то есть между первоначальным коммерческим внедрением нового продукта или процесса и последующим его тиражированием.

Предпринимательская деятельность, по Шумпетеру, - это не должность или даже не профессия, а, скорее, уникальная и редко обнаруживаемая способность продвижения инноваций на рынок посредством рискованного бизнеса. Предприниматель - отнюдь не то же самое, что и капиталист: предпринимательская деятельность является новаторской по самому своему определению и в силу данного обстоятельства служит постоянным источником конкурентной реструктуризации экономики и экономического роста.

Как утверждает Шумпетер, рынок нужно представлять как эволюционный процесс непрерывно сменяющих друг друга волн инноваций, который он называл процессом созидательного разрушения (creative destruction). По его мнению, успех рыночной системы заключается не в

эффективном достижении статического оптимального равновесия, а в способности осуществлять динамические изменения в технологии и достигать динамического роста посредством таких изменений.

Вскоре после выхода в свет книг Шумпетера "Теория экономического развития" и "Циклы деловой активности" его теория инноваций была подвергнута серьезной критике, на некоторые замечания он не смог дать адекватные ответы. В частности, С. Кузнец писал", что Шумпетер практически не обсуждает условия возникновения инноваций и не объясняет, почему равномерный и непрерывный приток нововведений трансформируется в циклический процесс экономической динамики.

Шумпетер действительно просто постулирует превращение нового знания в инновации как результат деятельности небольшого числа исключительно одаренных предпринимателей с выдающимися интеллектом и деловой энергией. Это не полностью согласуется с постоянно акцентируемой им же внутренней причинностью экономического прогресса.

Для того чтобы каким-то образом соотнести инновации с волнами инвестиций и кондратьевскими циклами, Шумпетер неявно предполагает кластеризацию нововведений - после успешного внедрения некоторых инноваций следующие уже с большей вероятностью могут появиться в той же самой или в смежной отрасли производства. Предприниматели-первопроходцы как бы подготавливают плацдарм для массового "десантирования" предпринимателей-имитаторов и широкой диффузии инноваций. Однако объективные условия восприимчивости экономической среды к принятию базисных инноваций остаются без внимания.

Бесспорно, взгляд Шумпетера на капитализм как на эволюционирующую путем созидательного разрушения систему - огромный вклад в экономическую теорию. Но стержнем любой теории эволюции является идея естественного отбора. Применительно к шумпетеровской теории эта идея потребовала особого развития, уточнения фундаментальных понятий и четкого анализа условий отбора. Однако, как становится ясно

лишь теперь, в силу объективно-исторических причин все это было трудно осуществить 60 лет назад. И можно полностью согласиться с У. Виттом в том, что теория предпринимательства, какой бы важной она ни была, представляется недостаточной базой для эволюционной экономики.

Дополнительным аргументом в пользу теории созидательного разрушения могут послужить эмпирические исследования Д. Бёрча динамики роста малых фирм.

До конца 70-х годов статистики полагали, что практически все новые рабочие места создаются фирмами крупных размеров. В упрощенном изложении принятая методика стандартных расчетов была следующей. Вся шкала возможных размеров фирм (под размером фирмы здесь и далее понимается численность работающих в ней) некоторым образом разбивалась на интервалы (необязательно одинаковой длины), соответствующие размерным классам. Каждому году соответствовала своя гистограмма выборочного распределения количества занятых по размерам фирм. Подсчет вновь созданных рабочих мест за определенный период осуществлялся вычитанием гистограммы на начальный год из гистограммы на текущий год. Таким образом, сравнение проводилось только между одноименными классами на шкале размеров. Тем самым неявно предполагалось, что фирмы, находящиеся в каждом размерном классе в текущем году, - те же самые, что и годом раньше. Иными словами, движение фирм между классами считалось пренебрежимо малым.

Когда Бёрч в середине 70-х годов приступил к работе над проектом, финансируемым Управлением экономического развития Департамента торговли США, его целью было изучить влияние перемещения фирм из штата в штат на уровень занятости. Официальные американские статистические данные оказались для этого чрезмерно агрегированными, и Бёрч вынужден был создать свою собственную новую базу данных, используя известную картотеку оценки кредитоспособности Дана и Брэдстрита (credit rating files of Dun and Bradstreet). В этой базе данных



фиксируются основные характеристики каждой фирмы в некотором базовом году и прослеживались ее местоположение и размер на протяжении последующих восьми лет. Позднее, начиная с 1980 г., Управление малого бизнеса США начало систематически составлять базу данных, базируясь на подходе Бёрча.

Бёрч фиксировал размерный класс, к которому принадлежала та или иная фирма в базовый год, а затем все изменения уровня занятости в фирме в последующие годы независимо от того, в какие классы данная фирма потом реально переходила. Такой подход позволил выявить, что за исследованный период с 1969 по 1976 г. 82% вновь образованных рабочих мест были созданы малыми фирмами. (К категории малых он причислял фирмы с числом работников менее ста.) Что же касается движения фирм между штатами, то оказалось, что оно незначительно влияет на общее изменение числа рабочих мест.

Дальнейшие исследования показали, что большинство новых рабочих мест в действительности создается относительно небольшой горсткой быстрорастущих компаний - не обязательно малых, хотя малые среди них представлены значительно шире других. Эта группа быстрорастущих компаний, составляющая не более 3% всего бизнеса США, была названа "газелями". Две другие группы по классификации Бёрча представляют мелкие фирмы - "мыши" и крупные стагнирующие компании - "слоны".

По определению Бёрча, "газель" - предприятие с начальным объемом продаж от 100 тыс. долл. в год, характеризующееся не менее чем 20-процентным ростом доходов. С 1990 по 1994 г. "газели" создали 5 млн. рабочих мест, а общий рост уровня занятости по стране с учетом потерянных рабочих мест составил 4,2 млн.

Парадоксально, но "газели" более или менее равномерно представлены во всех отраслях экономики; они одинаково часто встречаются как на быстрорастущих, так и на стагнирующих рынках. Например, известно, что основной рост рабочих мест наблюдается в отрасли услуг. Тем не менее

"газели" составляют в ней только 2%, тогда как в обрабатывающей промышленности - 5%. Кроме того, лишь 2% "газелей" функционируют в высокотехнологичном производстве.

Согласно Бёрчу, 97% всех "газелей" входят в стадию интенсивного роста, имея штатную численность менее ста работников. Они начинают как "мыши", причем компания может стать "газелью" в любой момент своей жизни. "Газелям" чрезвычайно трудно сколько-нибудь длительно поддерживать свой статус: половина из них ежегодно выбывает из "гонки" и пополняет ряды "мышей" либо "слонов". Довольно часто бег "газели" обрывается из-за нехватки венчурного капитала. Такую ситуацию называют "стеклянным потолком для предпринимателя": рост фирмы лимитируется просто нехваткой денег.

Неудивительно, что лишь немногие экономисты-теоретики сразу признали результаты эмпирических исследований Бёрча. Ведь с точки зрения ортодоксальной теории общего равновесия крупным фирмам свойственна экономия на масштабе, а потому именно большие компании должны обладать преимуществами с точки зрения расширения производства и как следствие создания новых рабочих мест. Вокруг работ Бёрча развернулась острая полемика, в фокусе которой оказались вопросы методики статистической обработки данных, а точнее, вопрос о том, какому размерному классу нужно приписывать прирост рабочих мест по мере роста компании.

Его вряд ли можно разрешить, оставаясь в плоскости чисто эконометрических разногласий. Дело в том, что эффект, открытый Бёрчем, представляет собой существенно неравновесное явление, в основе которого лежит процесс созидательного разрушения. С одной стороны, инновационная деятельность растущих фирм не дает возможности установиться рыночному равновесию; оно постоянно разрушается и перераспределяется. Контролируемые доли рынка переходят от более крупных стагнирующих фирм к менее крупным быстроразвивающимся. С Другой стороны,

внедряемые предпринимателями инновации в то же самое время создают качественно новый спрос, повышают общую экономическую активность и приводят к росту доходов.

Б. Кирхгофф развил динамическую классификацию фирм Бёра, предложив, помимо показателя роста, использовать еще и темп внедрения инноваций. У Шумпетера инновации и рост фирм неотделимы друг от друга. В современных сложных рынках это не всегда так. Кирхгофф выделяет четыре типа фирм.

- - "сердцевинные" (.core) - фирмы с низкими темпами инноваций и роста, обычно начинают с внедрения одной-двух инноваций и после некоторого незначительного и непродолжительного роста стабилизируются, представляют подавляющее большинство малых компаний;

- - "честолюбивые" (ambitious) - фирмы, характеризующиеся низкими темпами инноваций и быстрым ростом, начинают примерно так же, как и "сердцевинные", но их руководство более умело использует возможности для расширения своих рынков;

- - "эффектные" (glamorous) - фирмы, которым присущи высокий темп инноваций и быстрый рост; рост этих компаний происходит главным образом за счет непрерывного внедрения инноваций, они обычно служат примером успешной предпринимательской деятельности;

- - "стесненные" (constrained) - фирмы, которые обладают высоким темпом инноваций, но не в состоянии достичь быстрого роста по причинам, например, недостатка капитала или нехватки кадров. Если такая фирма не сумеет преодолеть свою "стесненность", то она может оказаться перед угрозой краха, поскольку дорогостоящая инновационная деятельность может быстро исчерпать ограниченный ресурс.

Кирхгофф проследил судьбу 814190 фирм, организованных в 1977-1978 гг. - к 1984 г. их осталось 312662. Исследования показали, что 17% высокоинновационных фирм и 9% низкоинновационных фирм добиваются соответственно "эффектного" и "честолюбивого" статусов. Однако

"честолюбивые" фирмы создают в четыре раза больше новых рабочих мест (их в пять раз больше, чем "эффектных"). Эти две группы фирм являются подлинными "созидательными разрушителями".

И, наконец, с вопросом о связи размера фирм с уровнем занятости органически связан и другой вопрос: как коррелируют размер фирм и степень инновационной активности? Проанализировав развитие большинства отраслей экономики США в период 1974-1976 гг., Л. Соэте показал, что инновационная активность положительно коррелирует с размерами компаний, как склонен был предполагать и сам Шумпетер. Однако позднее Р. Каплинский выяснил, что эта корреляция в действительности имеет динамическую природу и зависит от конкретной фазы цикла деловой активности. На примере развития систем автоматизированного проектирования он показал, что в 50-е годы относительно более инновационными были крупные фирмы, в конце 60-х и в начале 80-х - малые, а в середине 70-х - средние. Высокоинновационные малые фирмы играют исключительно важную роль в ранние периоды смены соответствующей технологической парадигмы.

Переходная экономика, по определению, неравновесна и может быть адекватно описана лишь в терминах динамического подхода. В аспекте практической разработки экономической политики поддержки малого бизнеса в постсоциалистических странах современная эволюционная теория предпринимательства и инноваций позволяет сформулировать следующие выводы. Всемерное стимулирование организации и роста малых предприятий должно стать приоритетным направлением экономической политики в целом. Все меры по стимулированию развития малого бизнеса нужно оценивать по их потенциальному воздействию на процесс образования новых фирм и на снижение барьеров для их выхода на существующие рынки. Юридические и банковские ограничения, подавляющие мобильность жизненно необходимых для роста финансовых

ресурсов, должны быть смягчены, особенно для высокоинновационных фирм.

Предпринимательская бдительность в трактовке неоавстрийской школы. Концепция чистого предпринимателя.

И. М. Кирцнер является талантливым учеником Людвиг фон Мизеса, основателя современной австрийской школы. Он сыграл важную роль в возрождении традиций этой школы во второй половине XX столетия, его анализ предпринимательства является значительным вкладом в освещение австрийской школой природы рынка как процесса движения предпринимателей к равновесию в обмене результатами человеческой деятельности.

Конкуренция и предпринимательство - самая известная книга И. Кирцнера, в которой он формулирует теорию рыночного процесса в противоположность господствующей в то время в микроэкономике теории равновесных цен. По его мнению:

1) рынок состоит из взаимодействующих решений потребителей, предпринимателей-производителей и собственников ресурсов,

2) совокупность изменений во взаимосвязанных решениях участников рынка в течение определенного периода времени формирует рыночный процесс,

3) двигатель рыночного процесса - первоначальная рыночная неосведомленности его участников,

4) рыночный процесс - конкурентен (в том смысле, что он состоит из последовательных попыток стремящихся к прибыли предпринимателей опередить друг друга, предлагая рынку привлекательные возможности купить и продать), является предпринимательским по своей сути.

Особенность кирцнеровского предпринимателя проявляется в его исключительной способности воспринимать и находить благоприятные возможности получения прибыли. Благодаря своей «бдительности» – умению распознать необходимую сферу приложения сил – предприниматель создает

такое сочетание видов деятельности, которое невозможно без его участия. Предпринимательская бдительность – это лучшее владение информацией, предвидение того, где ресурсы можно купить дешевле, а продукты продавать по более высокой цене, какие технологии или другие нововведения окажутся наиболее плодотворными, какие активы могут сильнее всего вырасти в цене и т.д., это умение найти новые (или даже старые, но пока недооцененные, недостаточно используемые) возможности прибыльного ведения дел. Используя свое исключительное знание, предприниматель получает прибыль для себя. По сути, кирцнеровский предприниматель превращает в деньги информацию. И даже не столько объективную информацию как таковую, сколько свое умение воссоздать, угадать ее подлинный вид по тем недостаточным и противоречивым намекам, которые дает рынок.

Вслед за Л. Мизесом Кирцнер показывает, что предпринимательство не является свойством, присущим только коммерсантам или спекулянтам, которые занимаются исключительно рискованными операциями. Любая целенаправленная деятельность людей содержит в себе предпринимательский аспект, связанный с неизбежной неопределенностью будущих обстоятельств. Суть активного предпринимательства Кирцнер видит прежде всего в бдительности по отношению к прежде не замечавшимся возможностям.

И. Кирцнер развивает неоавстрийские традиции, ставя во главу угла рыночного процесса такие факторы, как субъективизм и недостаток знаний. При условии существования рассеянного знания предприниматель способен изобрести и реально создать новые сферы деятельности, предоставить индивидам возможность следовать целям, которые ранее были для них недоступны. В этом качестве он становится творцом, изменяющим окружающую среду, которая для других является чем-то ранее заданным. В результате такой деятельности предприниматель порождает длительные изменения в самих контурах экономической сферы, вызывая сдвиги в общей структуре цен, трансформацию деловой активности и поиск новых

возможностей получения прибыли. Именно поэтому предпринимательская функция, по Кирцнеру, лежит в основе экономической динамики рыночных отношений как процесса, для которого типично скорее движение к равновесию, нежели статичное состояние равновесия.

Кирцнер рассматривает самого предпринимателя как обязательное условие существования рынка, поскольку именно он выступает своеобразным вектором совмещения спроса и предложения. В этом качестве предприниматель Кирцнера становится необходимой предпосылкой формирования рыночных цен: он определяет спрос и предложение индивидов и объединяет их посредством той или иной структуры обмена. Предприниматель становится необходимым человеческим фактором формирования рыночных цен и в таком случае превращается в инициатора обобществления знаний.

К работам Кирцнера восходит концепция «чистого предпринимателя», способного вести прибыльный бизнес, даже не имея в своей собственности никаких ресурсов, кроме предпринимательской бдительности. Ведь если у него есть верные предпринимательские идеи, он, чтобы осуществить свой проект, в принципе всегда может взять инвестиционные ресурсы в долг. А после его успешного завершения выплатить вознаграждение инвесторам и самому остаться с прибылью. Кирцнеровский чистый предприниматель – безусловная абстракция, но она подчеркивает важность предпринимательской бдительности.

Эволюционная теория фирмы несколько иначе расставляет акценты в исследовании. В ней фирма обычно рассматривается как один из объектов, который можно уподобить биологической популяции. С одной стороны, предприятие рассматривается как представитель определенного делового сообщества, носящего черты «популяции» в биологии. Эволюция делового сообщества сказывается на предприятии. С другой стороны, предполагается, что предприятия обладают собственными традициями, позволяющими вести свой бизнес.

В концепции «эволюционная теория фирмы» понятие «эволюция» имеет двойственное значение: с одной стороны, теория называется эволюционной, потому что отражает эволюцию популяции фирмы; с другой, – теория эволюции признает наличие медленно меняющихся характеристик предприятия, революционные изменения сущности данного предприятия. Считается, что в процессе функционирования на каждом предприятии складываются определенные традиции и процедуры принятия решений, алгоритмы реагирования на изменение внешней и внутренней среды. Эти правила, в конечном счете, определяют лицо фирмы, отличие одного предприятия от другого.

По мнению «эволюционистов», именно сложившиеся правила, а не слепое стремление к максимизации прибыли, определяют характер принимаемых решений. В этой теории, в отличие от неоклассики, причинно-следственные зависимости превалируют над функциональными. Смысл эволюционного подхода состоит в том, что результат эволюции не может быть известен заранее.

Сравнивая экономическую науку с биологией, А. Маршалл отмечал: «Если мы бросим взгляд на историю таких чисто экономических отношений, как отношения коммерческого кредита, то увидим, что те методы работы, которые были повсеместно успешными в одно время и каком-либо месте, оказались полностью непригодными в другие времена и в другом месте».

Использование эволюционного принципа в экономической теории на современном этапе применил А. Алчиан, который опубликовал в 1950 году статью «Неопределенность, эволюция и экономическая теория». Состояние неопределенности он связывал с ограниченностью знания и несовершенством предвидений будущего развития событий. По Алчиану, принцип неопределенности и оптимизация оказываются несовместимыми. Фирмы в своем поведении руководствуются не идеей максимизации прибыли, а используют различные приемы, по их мнению, критерии, к числу которых относится взаимодействие фирм между собой и внешней средой.



Оно приводит к формированию и действию процесса отбора лучших фирм. Отсюда он делает вывод, что наука не в состоянии определить заранее результаты происходящего, но она должна предпринять попытки объяснения результатов наблюдаемого в практике отбора.

Последовательное изложение современного эволюционного подхода содержится в книге Р. Нельсона и С. Уинтера «Эволюционная теория экономических изменений». Ими используется понятие «рутина» для анализа поведения фирм и изменения его форм в процессе эволюции; они считают, что равновесие, лежащее в основе неоклассических моделей, – это редкое явление, в отличие от тех изменений, которые изучаются эволюционной теорией. Главным объектом изучения является популяция фирм в условиях рыночной конкуренции. Популяции характеризуются определенными правилами, связанными: с поведением отдельных фирм; с их взаимодействием; с появлением новых фирм или их исчезновением.

Следует особо подчеркнуть, что в переходных экономиках фирмы ведут себя иначе, нежели в стабильных условиях. Эволюционная экономическая теория полнее улавливает особенности переходных состояний. Это связано с тем, что она относится к числу поведенческих, исследует типы поведения людей и предприятий в разных экономических условиях. Эволюционная теория относится к числу направлений, альтернативных неоклассическому направлению. Это проявляется в том, что она, подобно институционализму, критикует ортодоксию по основополагающим ее постулатам. Объясняя выбранный для своего подхода термин «эволюционный», авторы отмечают, что этот термин, позаимствованный из биологии, связан с идеей экономического «естественного отбора». «Определение того, что является успехом для коммерческих фирм, дается рыночной средой, и это определение очень тесно связано со способностью фирм к выживанию и росту».

Различия в росте и жизнеспособности в пределах одной популяции фирм подвергаются последовательному изучению. Используются такие понятия, как «организационная генетика», селекционное равновесие, наследственность и изменчивость как процесс приспособляемости и адаптации к внешним воздействиям.

Эволюционное направление рассматривает включение в теорию фирмы функции по воспроизводству и развитию привычек и рутин, которые служат адекватной альтернативой оптимизирующему рациональному исчислению прибылей и убытков. Исследования показали, что фирма является не просто механизмом минимизации транзакционных издержек, а своеобразным «анклавом», защищенным от разрушительных сил конкурентного рынка. На рынке основой рациональных расчетов служат непрочные соглашения о ценах, которые зависят, в том числе, и от рыночной стихии (например, спекулятивных ожиданий). Намного долговечнее могут оказаться привычки и традиции, складывающиеся внутри фирмы, так как в них воплощены умения и информация, то есть знания о технологии, рынке, конкурентах и т.д. А это не всегда можно подвергнуть рациональному расчету и оптимизации.

Фирма институционализирует привычки и рутины, накапливает знания в рамках устойчивой организационной структуры, хранит и воспроизводит привычки, рутины и знания подобно генам, которые являются определяющими факторами ее производственных возможностей. Это позволяет фирме, в отличие от рынка решить проблему использования достижений научно-технического прогресса или инноваций. Практически все исследователи проблем природы фирмы сходятся во мнении, что рынок мало пригоден для развития и поддержки технологических нововведений. Фирма напротив, обеспечивает условия для долговременных научно-исследовательских работ. Отсутствие условий научно-исследовательской и

инновационной деятельности в сфере рынка и ее развитие в фирме, объяснимо, на наш взгляд, не столько транзакционными издержками, сопряженными с рыночным механизмом, сколько с неопределенностью и дефицитом знания как факторами, которые наряду с другими объясняют природу фирмы.

Относительная внутренняя устойчивость фирмы позволяет ей нести неподдающиеся количественной оценке риски, которых пришлось бы избегать в условиях изменчивого рынка. В частности, крупные фирмы в состоянии создавать и поддерживать инновации из собственных фондов денежных средств. Признано, что такие долгосрочные капиталовложения не под силу мелким частным предприятиям. Инвестируя в инновации, фирма ведет рискованную деятельность. Оценка эффективности инноваций сводится чаще всего к экстраполяции опыта ранее полученных результатов.

Таким образом, мы еще раз убеждаемся в том, что значимость фирмы как института во многом связана с тем обстоятельством, что ее внутренние рутины и структура не поддаются полному исчислению. Фирма, как социальный институт, поощряет отношения, основанные на преданности и доверии, которым рынок способствует в меньшей степени. Такие отношения необходимы для формирования условия технологических инноваций и роста, особенно в долгосрочной перспективе.

Ортодоксальный подход, отмечают авторы, игнорирует весь процесс развития экономики и, прежде всего, инновации. «Попытки проанализировать инновационные и технологические изменения с ортодоксальных позиций бесплодны». Большой вклад в развитие этого положения внес Й. Шумпетер. Он отмечает, что в привычных условиях каждый хозяйственный субъект чувствует твердую почву под ногами и может вести себя так же, как и все прочие. И далее отмечает: «Если в привычных условиях нормальный хозяйственный субъект вполне обходится своим умом и опытом, то, получая новый, он нуждается в руководстве. В рамках привычного кругооборота он плывет по течению; если же он захочет

что-то изменить, то ему придется плыть против течения. Что прежде было опорой, теперь становится препятствием, прежде хорошо известная величина – неизвестной».

Особый интерес представляют положения эволюционной теории, связанные с дифференциацией фирм. В неоклассической теории фирмы рассматриваются как системы, преобразующие имеющиеся производственные возможности и готовые продукты, при этом вопрос о том, обладают ли разные фирмы разным множеством производственных возможностей, особенно не обсуждается. Эволюционисты рассматривают множество производственных возможностей как состояние знаний фирмы о способах ведения дел и технологических знаний. Обладание знаниями рассматривается как атрибут фирмы как единого целого, как организованной хозяйственной единицы.

Представители эволюционной теории полагают, что знание, которым обладают принимающие решение субъекты, является несовершенным, а решения принимаются в условиях неопределенности. Принимающие решения субъекты способны находить только локальный оптимум, при этом они или имитируют поведение других субъектов, или обучаются и создают новые правила принятия решений. Нормы, правила и институты создают рамки принимаемых решений. Имитация и инновации в процессе принятия решений носят кумулятивный характер и определяют будущее развитие.

Сосредоточение исследовательского внимания на проблемах предпринимательства, особенно в период после «Великой депрессии», способствовало постановке вопроса о фирме как предпринимательской структуре и формированию самостоятельного направления в теории фирмы. Явление предпринимательства анализировалось как принципиально новая проблема. Например Р. Коуз отмечал, что «фирма есть система отношений, возникающая, когда направление ресурсов начинает зависеть от предпринимателя». Было положено начало развитию предпринимательской теории фирмы.

Этот подход основан на изучении предприятий с точки зрения приложения предпринимательской инициативы и привлечения имеющихся у предпринимателя ресурсов. Согласно такому подходу «не все предприятия являются предпринимательскими». В данном контексте речь идет о предприятии, на котором предпринимательская теория имеет более ограниченную сферу применения, чем другие теории фирмы. Вместе с тем предпринимательский бизнес связывается не только с индивидуумом, но и с группами.

Базисом концепции являются взаимоотношения между предпринимателем и его бизнесом. Считается, что в основе предпринимательства и в центре деятельности предприятия находится фигура предпринимателя, обладающего высоким уровнем целеустремленности, настойчивости, новизны принятия решений, умеющего сочетать предпринимательские функции с повседневными обязанностями специалиста или технического руководителя. Защитники модифицированных вариантов предпринимательской концепции не считают, что такой человек на предприятии не обязательно должен быть в единственном числе и в роли директора. Это могут быть и специалисты, организующие отдельные направления бизнеса.