

ПРОБЛЕМЫ ПРЕПОДАВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК

Н. В. Пахомова

ТЕОРИЯ ФИРМЫ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Введение

Фирма, как подчеркивает Ж. Тироль, представляет главное действующее лицо современной рыночной экономики¹. Этим определяется значение изучения данного экономического феномена, в ходе которого встают и требуют ответа различные вопросы. Почему некоторые из успешных фирм являются крупными, а другие, тоже успешные, относятся к числу средних и даже малых компаний? Как должна быть устроена фирма с организационной стороны, чтобы быть наиболее успешной на рынке; какие факторы предопределяют инновационный потенциал и конкурентоспособность компании? Какие проблемы стимулирования существуют внутри фирмы и как их можно решать, в частности, посредством различных типов контрактов вознаграждения? Какую роль играет в этой взаимосвязи спецификация имущественных прав и т. д.²

То обстоятельство, что эти и многие другие подобные им вопросы представляют не только сугубо теоретический, но и существенный практический интерес, подтверждают активные усилия многих компаний изменить свои размеры и организационное устройство посредством слияний, поглощений, покупки новых компаний и т. д. Данная комплексная проблематика все активнее интегрируется и в современное университетское экономическое образование, а также МВА программы, способствуя их существенной модернизации и актуализации.

Надежда Викторовна ПАХОМОВА — д-р экон. наук, профессор кафедры экономической теории СПбГУ. Окончила отделение экономической кибернетики экономического факультета Университета. В 1974 г. защитила кандидатскую, в 1988 — докторскую диссертации. Автор более 140 научных работ (в том числе на английском и немецком языках) по современной экономической теории, экономике природопользования и экологическому менеджменту, среди которых более десяти монографий и 8 учебников и учебных пособий. В рамках международных проектов проходила повышение квалификации в университетах г. Тюбинген, Кельн, Франкфурт-на-Одере (Германия), читала лекции в вузах Германии, Словении и Уругвая. Осуществляла руководство с российской стороны рядом исследовательских грантов с зарубежными вузами-партнерами, включая Европейский Университет Виадрин (Германия), Университет Осло (Норвегия). Член-корреспондент Российской Академии естественных наук и действительный член Академии гуманитарных наук. Почетный работник высшего профессионального образования РФ. Член Российского отделения международного общества экологической экономики.

Углубленному анализу фирмы как экономического феномена и одного из ведущих «актеров» современных рынков в немалой степени способствовали формирование и развитие неинституциональных идей, все более утверждающих себя в качестве одного из ведущих направлений современного экономического анализа. Первоначально неинституционализм разрабатывался как определенная реакция недовольства (или даже протеста — в терминологии Ф. Махлупа) на ограниченность традиционных неоклассических и «технических» в своей основе взглядов на фирму как на «черный ящик», в рамках которого происходит трансформация располагаемых фирмой ресурсов в определенные, признаваемые рынком результаты.

Представители неинституционального анализа, не ограничивая свои усилия критикой неоклассических представлений, выработали во многом новые подходы к фирме с позиции теории контрактов, трансакционных издержек и имущественных прав. Часть из этих идей была воспринята управленческими дисциплинами, включая теорию экономической организации³, стратегический менеджмент и маркетинг⁴ и ряд других. Это в немалой степени способствовало долгожданной интеграции экономической теории и управленческих дисциплин⁵.

В ответ на критику, а также на другие вызовы современности неоклассический взгляд на фирму претерпевает модификацию. Результатом усилий специалистов, стремящихся модернизировать и уточнить некоторые неоклассические представления, стал ряд новых идей. В их числе не только созданная усилиями Дж. Робинсон теория рынков с несовершенной конкуренцией и соответствующим поведением участников и модель монополистической конкуренции Э. Чемберлина, но и менеджеральная и поведенческая теории фирмы, а также в целом вписывающаяся в неоклассическую парадигму теория стейкхолдеров.

Обогащение концептуальных представлений о фирме также осуществляется под воздействием развития новых подходов в теории принятия экономических решений, включая введение в широкий экономический оборот концепции ограниченной рациональности Г. Саймона. Сходное воздействие оказало и продолжает оказывать развитие теоретико-игровых подходов, представляющих центральный интерес для анализа поведения фирм на рынках с отличными от совершенной конкуренции структурами, включая олигополии, и прогнозирования результатов взаимодействия представленных на подобных рынках игроков (предприятий).

В условиях радикальных сдвигов в технологическом базисе производства, возрастающего воздействия на достижение эффективных хозяйственных решений и информационного фактора, включая явления неполноты и асимметрии информации, все полнее проявляет свой исследовательский потенциал эволюционная экономика. В рамках данного направления, так же как и в ходе институционального анализа, концентрируется внимание на рамочных условиях деятельности фирм, только эти изменяющиеся рамочные условия анализируются здесь под специфическим углом зрения.

Формирование многообразных теоретических подходов к экономическому феномену фирмы не могло не привести к стремлению их классифицировать. Соответствующие усилия неоднократно предпринимались и зарубежными, и отечественными специалистами. Динамизм экономической жизни, а также интенсификация научных исследований данной проблематики обуславливают необходимость продолжения работы в этом направлении.

Как следует из обозначенных вкратце здесь направлений, теория фирмы в контексте современного экономического образования представляет собой многомерную комплексную и насыщенную разнообразными идеями и подходами проблематику, которая постоянно и активно обновляется. С учетом реальных рамок данной статьи мы обозначим лишь

ряд актуальных направлений исследования и возможные формы их отражения в вузовском образовательном процессе, приглашая читателей журнала к продолжению обсуждения темы.

Экономическая природа фирмы: классификации теоретических подходов к анализу

Как уже было отмечено, формирование многообразных теоретических подходов к экономическому феномену фирмы обусловило необходимость их классификации, с опорой, прежде всего, на лежащие в их основе концептуальные идеи. Не претендуя на подробное изложение исторического экскурса в анализ данной проблемы, обратим внимание на ряд работ, в которых подняты дискуссионные проблемы, представляющие заметный интерес и сегодня.

К числу известных зарубежных публикаций, специально посвященных данной теме, относится вышедшая в 1967 г. статья Ф. Махлупа «Теории фирмы: маргиналистские, бихевиористские и управленческие», уже в названии которой обозначена определенная типологизация подходов⁶. Работа интересна тем, что предложенная в ней систематизация взглядов относится к периоду, когда неоинституциональная парадигма еще не была развита. Кроме того, поднятые автором вопросы, как показал последующий ход изучения фирмы как экономического феномена, и поныне сохраняют свою актуальность.

Начав свой анализ с выяснения того, что служит основным объектом столкновения взглядов в обретенной «боевую» энергию теории фирмы, Ф. Махлуп далее обращается к тому, можно ли считать разумной маргиналистскую гипотезу о максимизации прибыли в качестве главной цели компаний. По его оценкам, результатом сражения, проходившего в середине XX столетия между сторонниками неоклассических микроэкономических подходов и формирующимся в тот период *институционализмом*, явилась «боевая ничья»⁷.

В ходе критического осмысления стандартной неоклассической парадигмы, которое проводилось, по терминологии Махлупа, в рамках *альтернативных* к неоклассике подходов, одно из центральных мест заняла задача расширения возможных целей фирмы за рамки денежной прибыли. Представителями *поведенческого подхода* для замены денежной прибыли было предложено наблюдать и изучать реальные процессы, добиваясь реалистического описания действий и мотиваций. Подобный подход был вполне целесообразным в условиях разделения в современных корпорациях функций собственников и управления, когда именно управляющие обладают большой властью и значительной свободой действий. Давая оценку подобным предложениям, Махлуп отмечает, что при этом без ответа оставался ряд вопросов. В их числе: возможно ли согласование маргинализма с *управленческим подходом* путем объединения денежной прибыли с другими управленческими целями в единой формуле «максимизирующего поведения»; применим ли подобный управленческий маргинализм ко всем рыночным ситуациям или же только к неконкурентным⁸?

Следующий круг вопросов, который служил определенным водоразделом при анализе альтернативных теоретических подходов, посвящен моделированию экономической действительности с учетом наличия на практике несовершенных рыночных структур, которые в ряде отраслей являются преобладающими. Завершением оценки различных концептуальных идей на природу фирмы являются следующие весьма примечательные слова автора, лишней раз демонстрирующие его «неоклассические симпатии»: «Я хорошо знал... что существует много оговорок и исключений из принципа максимизации прибыли. Но я считал, что работа с моделями максимизации совокупной полезности совер-

шенно безнадежна с точки зрения прогнозирования, и я не видел возможности соединить ряд выбранных управленческих целей с мотивом прибыли»⁹.

По мере укрепления позиций неoinституциональной теории в экономических исследованиях отправным моментом систематизации взглядов о природе фирмы становилась знаковая и ныне активно цитируемая статья Р. Коуза «Природа фирмы» (1937)¹⁰. Данная публикация в исследуемом нами ракурсе интересна тем, что в ней усилиями одного из основателей этого направления (в момент выхода статьи совсем нового) в качестве специальной реализуется задача дистанцирования от ортодоксальной (по терминологии Уильямсона) неоклассической парадигмы.

Обстоятельный обзор истории своеобразного противоборства этих направлений «в лицах» дают Э. Фуруботн и Р. Рихтер. Речь идет о фундаментальном труде авторов «Институты и экономическая теория», где наряду с подробным изложением неoinституциональных представлений о теории фирмы содержится весьма содержательный обзор основных работ по данной проблематике, выходящих за пределы институциональных идей¹¹.

В 1990-е годы известность приобрела типологизация базовых подходов к анализу фирмы, предложенная А. Д. Чандлером¹², который выделил неоклассическую теорию фирмы, принципал-агентский подход, подход трансакционных издержек и эволюционную теорию. В последующем эти представления уточнялись и расширялись путем подключения, в частности, менеджеральной теории фирмы, теоретико-игрового подхода, концепции имущественных прав и ряда других¹³.

В последние годы в ответ на потребности времени активно развивается экономика и организация отраслевых рынков (*Industrial Economics and Organization*) как научно-прикладное направление и одновременно учебная дисциплина, занимающая все более заметное место в системе университетского и бизнес-образования. В силу специфики предмета и объекта исследования, главным действующим лицом которого является современная фирма, данная дисциплина уделяет специальное внимание теоретико-концептуальным вопросам. К числу заслуживающих внимания публикаций в контексте проводимого в статье анализа, безусловно, относятся работы Ж. Тироля¹⁴. В этом же ряду подготовленная им совместно с Б. Хольмстромом статья, которая также была напечатана в «настойной книге» по теории отраслевых рынков¹⁵. Из российских специалистов представляют интерес исследования Н. Розановой. По оценке данного автора, существующие теории фирмы объединяются в три большие группы: технологическая концепция фирмы, являющаяся основой классической и неоклассической теории; институциональная теория фирмы и теоретические исследования поведения фирм на базе теории игр¹⁶.

Анализ современной литературы показывает, что в последние годы наблюдается весьма продуктивный обмен мнениями и идеями между различными научными направлениями, включая те из них, которые ранее пребывали в состоянии острого противоборства. Так, развитие институциональных идей способствовало преодолению определенного отчуждения между экономическими и управленческими подходами в анализе фирмы. Знаменательной в этом отношении явилась работа П. Мильгрота и Дж. Робертса «Экономика, организация и менеджмент», которая, как подчеркивает В. Л. Тамбовцев¹⁷ в предисловии к ее русскому переводу, в немалой степени способствовала интеграции экономических и управленческих дисциплин. Существенные усилия в этом отношении предпринимает О. Уильямсон, предложив в последние годы концепцию фирмы как *управляющей структуры* (*governance structure*). Она сформирована в широком контексте соотношений между *ортодоксальным направлением* в экономике (в рамках которого она трактуется как наука о выборе и принятии решений) и экономикой *как наукой о контрактах*¹⁸.

В новых условиях еще и еще раз предстоит выяснить, какие из концептуальных представлений выдержали проверку временем и оказались востребованы сегодня и активно используются в системе образования, способствуя как модернизации лежащих в его основе концептуально-теоретических идей, так и повышению уровня обоснований практических рекомендаций.

Неоклассическая фирма: направления модернизации традиционной парадигмы

В неоклассической микроэкономике фирма, как хорошо известно, трактуется как производственная единица, которая *трансформирует* входные ресурсы (факторы) в рамках четко не определенного производственного процесса в результаты (выходы или объемы производства). Она представляет собой абстракцию, идеализированную форму бизнеса, чьи действия предопределяются чисто экономическими мотивами максимизации прибыли (или минимизации производственных издержек). В рамках данного, технического, подхода фирма оперирует в экзогенно задаваемой для нее среде, параметры которой находятся за пределами ее контроля.

Подход к фирме как к «черному ящику», который очевидным образом не удовлетворял ни теоретиков, ни практиков, стимулировал развитие новых концептуальных идей. Оставляя за рамками данной статьи оценку вклада в неоклассическую теории фирмы работ Дж. Робинсон и Э. Чемберлина¹⁹, широко известных российскому читателю, сосредоточим усилия на ряде других актуальных для современного экономического образования результатах.

Развитие теории фирмы происходило в рамках самой неоклассической парадигмы путем снятия или уточнения ряда ее предпосылок. К числу таковых относится **управленческий (менеджеральный) подход**, объектом критики в рамках которого, прежде всего, служила неоклассическая гипотеза *о максимизации прибыли в качестве цели фирмы*.

Уже в 1930-е годы А. Берле и Г. Минс в своей пионерной работе обратили внимание на сокращающееся влияние собственников (*shareholders*) на процесс принятия управленческих решений, особенно в крупных корпорациях. Эти решения все активнее передавались менеджерам, интересы которых, как стало очевидным, могут отклоняться от стремления собственников максимизировать прибыль²⁰. С современными подходами, включая неинституциональный, менеджеральную теорию роднит стремление проникнуть в сложный внутренний механизм принятия на фирме решений и представление о наличии у основных носителей этих решений неоднородных, порой разнонаправленных интересов, которые должны быть согласованы.

По оценке указанных авторов, в 1929 г. из 200 исследованных крупных нефинансовых корпораций США 88 управлялись менеджерами. В 1961 г. исследования были повторены в Англии, и они показали усиление этой тенденции²¹.

Реагируя на данные результаты, У. Дж. Баумоль (1967) выдвинул идею о том, что деятельность компании подчиняется не максимизации прибыли, а максимизации совокупной выручки (*Total Revenue*) при соблюдении определенных ограничений на уровень прибыли. Носителями этой цели являются менеджеры, оказывающие все более значительное влияние на деятельность фирмы, и эта целевая установка отлична от максимизации прибыли, в которой и преломляются интересы собственников. Аргументация автора также подкреплялась следующими доводами. Если доходы от продаж (выручка) в компании падают, то это часто ассоциируется с сокращением рыночной доли и рыночной власти фирмы и повышением ее уязвимости от действий конкурентов. Результативность дея-

тельности компаний (и оценка этой деятельности) также часто ассоциируется с объемами продаж. Финансовые и оптовые рынки отдают предпочтение компаниям с возрастающими продажами²².

Усилиями У. Дж. Баумоля были сформированы новые подходы к параметрам, которые определяют рыночные структуры и поведение их участников, т. е. фирм. Расценив результаты своих исследований как «мятеж» в теории структуры отрасли и допустив весьма критичные высказывания в адрес «принятой точки зрения», согласно которой совершенная конкуренция является единственным стандартом структуры и поведения, максимизирующим благосостояние, Баумоль привлек внимание к особому типу рынков, которые им названы *состязательными* (*contestable markets*)²³.

Как выяснил автор, при отсутствии рыночных барьеров (на вход и на выход) фирмы могут демонстрировать элементы *конкурентного поведения* на рынках, *не являющихся конкурентными*. В данном случае свобода входа и выхода означает, во-первых, беспрепятственную возможность для фирмы покупки активов (предприятия или оборудования) при входе на рынок и далее их продажи – при выходе без потерь на трансакциях, т. е. при нулевых погруженных издержках (*sunk cost = 0*). При соблюдении этих предпосылок, в случае угрозы вхождения новых фирм на рынок, фирмы *старожилы* (*укоренившиеся* компании) будут воздерживаться повышать цены выше конкурентного уровня, что обусловит снижение ими цен и достижение эффективности, соответствующей конкурентному рынку. И такой результат оказывается реализуемым, в том числе и в условиях олигополии и монополии. Иными словами, фирмы и в этих случаях, не будучи компаниями конкурентного рынка, начинают демонстрировать «эффективное» поведение.

В качестве примера, отвечающего критериям состязательного рынка, часто приводят отрасль авиаперевозок. В данном случае свобода входа и выхода обеспечивается тем, что погруженные издержки при работе компаний в отрасли оказываются равными нулю, в том смысле, что капитал здесь «размещен на крыльях», и поэтому он способен постоянно перемещаться из одного рыночного сектора в другой. Действительно, авиакомпании могут направлять авиалайнеры в любые аэропорты, где они будут конкурировать с другими авиаперевозчиками. И хотя в ходе последующих обсуждений аргументация Баумоля была подвергнута определенной критике, сам факт наличия подобных типов рынков у большинства специалистов не вызывает сомнений.

Другая известная позиция, развиваемая в рамках *менеджерального подхода*, принадлежит Р. Маррису. Взяв на вооружение идеи Баумоля об отделении собственности от контроля и о том, что менеджеры скорее будут максимизировать собственную полезность, чем прибыль компании, автор предположил, что *целью менеджеров* является максимальный рост компании, а не увеличение объема продаж (совокупной выручки)²⁴.

С учетом очевидного расхождения интересов менеджеров и собственников сторонники данной позиции заметное место уделяют поиску инструментов и стимулов, которые предотвращают возможность для менеджеров обогатиться за счет и в ущерб собственников компании. К их числу принято относить наличие следующих трех рынков: 1) корпоративного контроля, обуславливающий возможность замены команды неэффективных управляющих; 2) рынка труда для менеджеров (на котором покупателями выступают собственники, т. е. *shareholders*); 3) рынка для продуктов компании (обеспечивающий окончательную оценку усилий менеджеров)²⁵.

Подобная аргументация получила довольно широкое распространение при анализе деятельности современных крупных корпораций и оценке труда ее менеджеров. Правда,

следует с сожалением отметить, что реальный ход событий нередко опрокидывает эти представления как весьма иллюзорные²⁶.

Критические размышления в отношении постулатов неоклассического анализа получили дополнительные импульсы с обоснованием Гербертом Саймоном и рядом других ученых концепции *связанной*, или *ограниченной, рациональности (bounded rationality)*. Феномен ограниченной рациональности Г. Саймон связывал с отсутствием на фирмах (и шире — в организациях) полной и совершенной информации, лежащей, как известно, в основе принятия «неоклассически» эффективных хозяйственных решений. На практике принимаются *ограниченно рациональные решения*. Данным понятием признается факт ограниченности знаний, которыми обладают индивиды при принятии ими хозяйственных решений, наличие у них ограниченной способности обрабатывать информацию и предвидеть развитие ситуации, ограниченность времени для обдумывания решений и т. п.²⁷

На базе применения концепции ограниченной рациональности сформировалась, в частности, *поведенческая теория фирмы* (или *бихевиористская* — от англ. *behavioral theory*), основы которой были сформулированы в ставшей классической работе Р. Сайерта и Г. Марча²⁸. Как и менеджериальный подход, поведенческая теория фирмы развивает положение о наличии у фирмы множества сформировавшихся интересов, реализация которых ограничена внешними для нее факторами. При этом сама фирма представляет собой своеобразную *коалицию различных действующих лиц*, которая объединяет собственников, менеджеров, персонал компании, покупателей, поставщиков, инвесторов и др. Все эти персонажи имеют в фирме свой собственный интерес, удовлетворение которого часто осуществляется за счет других членов данной коалиции. Процедура согласования этих интересов, которая представляет собой своеобразные *переговоры*, находится в центре принятия фирмой основных решений. Процесс согласования интересов и принятия решений имеет в своей основе представление об ограниченной рациональности, которой руководствуются все участники соответствующего процесса. Что касается содержания самих интересов, то для каждого из участников коалиции оно имеет весьма специфическое выражение. Так, скажем, для менеджеров и персонала отдела продаж интерес может состоять в возрастании объема реализуемой продукции, для рабочих — в росте самого выпуска продукции и т. д.

Решения, принимаемые фирмой в целях согласования этих интересов, могут приводить к результатам, меньшим в сравнении с рыночно эффективными. Так, для сохранения на предприятии квалифицированных рабочих им, возможно, придется платить выше, чем в соответствии с предельным продуктом их труда. Такой метод получил в литературе наименование *организационного послабления (organizational slack)*.

Однако возникающие при этом потери эффективности могут быть компенсированы другим позитивным для фирмы результатом, а именно сохранением *коалиции* или, используя более употребительное сегодня понятие, *консенсуса интересов*. Достоинством данного метода является и тот факт, что подобные организационные послабления позволяют предотвратить ситуации, когда приходится, ради поддержания консенсуса, жертвовать возможностью достижения каких-либо других целей предприятия. Достижение фирмой результатов, которые ниже в сравнении с рыночно эффективными, анализируется и в других теориях, в частности в рамках агентского подхода, к анализу которого мы обратимся позже.

В свете актуальных на сегодня проблем конкурентоспособности значительный интерес представляют идеи Й. Шумпетера о «*предпринимательской фирме*» и особой роли инноваций в развитии экономики²⁹. Основным объектом анализа для Й. Шумпетера в отличие от «традиционной» неоклассической микроэкономики были не равновесные си-

туации, а процессы, связанные с массированными изменениями в экономике, включая предложение новых товаров, освоение новых технологий, новых форм организации бизнеса и т. п. И если для разрушения привычного порядка вещей, которое Й. Шумпетер именуется как *творческое (creative destruction)*, и поддержки этих инноваций целесообразно использовать экономическую мощь монополий, ценовой сговор и даже вмешательство государства, то ради этой «высокой» цели они могут быть оправданы.

Этим определяется роль монопольной прибыли как стимула в *конкурентной борьбе*. Движущей силой конкуренции являются *инновации*. Проявляя инновационную активность, предприниматель играет ключевую роль в индуцировании изменений в экономике, как и в техническом прогрессе. В итоге успешный «инноватор» вознаграждается на определенное время монопольным положением на рынке и монопольной прибылью.

Однако, следуя логике Й. Шумпетера, подобное положение не считается устойчивым, в этом проявляется динамический взгляд на конкуренцию. С одной стороны, повышенная прибыль привлекает на данный рынок имитаторов, разрушающих первоначальную монополию инноватора. С другой стороны, сходный эффект может быть связан с действиями других инноваторов, развивающих новые продукты, процессы и реализующих стратегию имитации инноваций. В основе этих сложных взаимодействий лежит также представление о несовершенстве знаний и информации и выявляется дополнительная роль предпринимателя в открытии новой информации (в том числе при наблюдении за действиями конкурентов) и в ее использовании для инновативного развития производства.

Позиция Й. Шумпетера, согласно которой двигателем экономического развития и конкурентоспособности выступают именно изменения (инновации) в области продукции, самого процесса производства, его технологии, методов организации бизнеса, методов распределения, послужила основой для формирования современной школы специалистов, работающих в области инноваций и конкуренции. В их числе В. Лацоник, М. Портер, Р. Нельсон, С. Уинтер³⁰ и ряд других авторов, большинство из которых, так или иначе, связано с *эволюционной экономической теорией*³¹.

С рассмотренными выше *менеджеральным* и *поведенческим* подходами соприкасается *теория стейкхолдеров*. Для нее также характерны ориентация на анализ и согласование разнообразных интересов заинтересованных в фирме «актеров» с выходом на ряд значимых для организации управления бизнесом рекомендаций.

Проблема учета стейкхолдеров для управления бизнесом была сформулирована в середине 1980-х годов в англоязычной литературе Р. Фриманом³². Далее исследование было расширено с выходом на ряд специальных областей теории менеджмента и экономики фирмы³³. Центральным для данного подхода является само понятие *стейкхолдеров* (применяется также термин «*заинтересованные лица*»), которое с течением времени претерпевало известные изменения и уточнения. Под стейкхолдерами принято понимать лиц (физических и юридических), обладающих правовой, экономической, моральной (а также самостоятельно осознаваемой) возможностью заявлять фирме о своих правах (в том числе имущественных) или интересах в отношении ее прошлой, настоящей или будущей деятельности (ее части).

В экономике предприятия в качестве основных стейкхолдеров принято анализировать поставщиков и торговых партнеров фирмы, покупателей ее продукции, акционеров (собственников), финансовые институты (банки, страховые компании, инвестиционные фонды), государственные и муниципальные органы власти и др. При этом вся совокупность стейкхолдеров может быть по-разному классифицирована. В литературе используется классификация на первичные и вторичные «заинтересованные лица», а также на внут-

ренние для фирмы (например, персонал и менеджмент компании) и внешние (например, конкуренты, СМИ) стейкхолдеры.

Принципиальным для данного подхода является представление фирмы с позиции сети ее внутренних и внешних взаимоотношений с отдельными индивидами или их группами, при акценте на задачу согласования и управления их множественными и часто конфликтующими интересами. Этому согласованию интересов должна отвечать и особая система распределения добавленной стоимости, которая является результатом совместных усилий команды стейкхолдеров.

Значительное внимание в данном подходе уделяется аргументации вывода о том, что стейкхолдер-компания, ориентированные на учет интересов разнообразных и тесно связанных с ее деятельностью «актеров», являются более результативными и конкурентоспособными в сравнении с неоклассическими фирмами, ориентированными на прибыль. Аргументация, как правило, исходит из следующих представлений³⁴:

- ◆ Стейкхолдеры рассматривают себя как часть единой команды, которая формирует фирму. Возникающее вследствие этого кооперативное поведение способствует повышению результативности ее деятельности. По этой причине в данной ситуации отсутствует потеря эффективности, которая сопровождает применение метода организационного ослабления.

- ◆ Для стейкхолдеров подобных компаний, как правило, характерен высокий уровень доверия (*trust*), что в свою очередь снижает риск оппортунистического поведения, которое часто сопровождает заключение неполных контрактов и сопряжено для фирмы с высокими издержками.

- ◆ Нацеленность компании на более широкие интересы, чем интересы акционеров (собственников), позволяет ослабить краткосрочный детерминизм, т. е. близорукую ориентацию, скажем, только на курсовую цену акций компании, чреватую в долгосрочной перспективе падением ее эффективности.

При критическом анализе данной концепции в литературе часто ставится вопрос о необходимости более четкого определения того, что собой представляет стейкхолдер-компания. Возражения состоят в том, что сегодня практически любая компания, работающая на развитых рынках, в определенном смысле является стейкхолдер-фирмой. Отмечается также тот факт, что максимизация прибыли как цель компании реализуется сегодня при соблюдении ряда ограничений, включающих в себя и необходимость учета интересов стейкхолдеров. Некоторые авторы обращают внимание не только на задачу производства большей добавленной стоимости, но и на проблему ее эффективного распределения, которая имеет ключевое значение для реализации долгосрочной цели стабильности и жизнеспособности корпорации³⁵.

Однако и с учетом этих критических размышлений для большинства специалистов доказанным представляется тот факт, что компании, которым не свойственны в той или иной мере черты стейкхолдер-фирм, включая элементы кооперативного поведения, не могут рассматриваться как жизнеспособные, особенно на долгосрочных интервалах. В контексте современных проблем среди специалистов обсуждаются последствия возрастающей глобализации и связанные с ней дистанцированность и фрагментация стейкхолдеров компании, что может создать препятствия на пути формирования у них кооперативного поведения³⁶.

Для оценки того, насколько востребованной на сегодня является неоклассическая парадигма, нельзя обойти вниманием отмеченное выше взаимопроникновение неоклассического и теоретико-игрового подходов. Не ставя перед собой задачу сколь-либо полной оценки вклада теоретико-игрового подхода в теорию фирмы и поведение компаний, об-

ратим внимание лишь на вопрос о том, каким образом соотносятся между собой эти два концептуальных направления.

Что касается объектов анализа, то они различаются с учетом особого интереса теоретико-игровых моделей к рынкам с олигополистической структурой. Отличительной чертой такого типа рынков (автомобильного, химической, авиастроительной, фармацевтической промышленности и т. п.), которые занимают заметное место в современной экономике, является стратегическое взаимодействие их участников.

Как отмечают по этому поводу Д. Е. Вальдман и Э. Е. Енсен³⁷, олигополии уже на протяжении более ста лет исходят в своих действиях из наличия взаимосвязи принимаемых ими решений с решениями конкурентов (т. е. стратегического взаимодействия). Любая автомобильная компания, скажем «Даймлер–Крайслер», «Форд», «Тойота», «Ниссан» и т. д., отчетливо представляет себе, что ее действия оказывают влияние на других производителей автомобилей. И в этом смысле олигополистическая конкуренция может быть рассмотрена как своеобразная «игра», в которой решения одного участника вызывают контрдвижения конкурента.

В обоих концептуальных подходах одно из центральных мест занимает проблема равновесия. Однако если в неоклассической теории таковыми выступают либо равновесие (эффективность) по Парето, либо общее экономическое равновесие по Вальрасу, то в теории игр равновесие относится к поведению игроков, делающих свой выбор в соответствии с имеющимися стратегиями. Так, в модели дуополии Курно каждая из взаимодействующих фирм выбирает в качестве стратегического решение об объеме производства (и такую ситуацию можно представить в виде своеобразной игры). Достигаемое равновесное решение именуется в литературе равновесием *Нэша–Курно*. В модели Бертрана стратегическим параметром является цена. Результат игры — равновесие *Нэша–Бертрана*.

Принципал-агентский подход и основы теории контрактов

Развитие экономических представлений о фирме осуществлялось не только в границах неоклассической парадигмы путем критического переосмысления ее некоторых наиболее очевидных упрощающих предпосылок, но и на базе ряда активно формирующихся новых направлений. К их числу относится *новая институциональная теория*, составным разделом которой является принципал-агентский подход.

Принципал-агентский (или *агентский*) подход применительно к анализу фирмы концентрирует внимание на взаимоотношении двух центральных «актеров», а именно — принципала, под которым обычно понимается собственник фирмы (точнее, ее активов), и агента, который принимает от имени принципала решения, воздействующие на ценность (стоимость) принадлежащих принципалу активов. Агентские отношения не ограничиваются лишь взаимосвязями между собственником и менеджером. Подобный же порядок делегирования функций по принятию решений характерен и для взаимоотношений между менеджментом компании и ее работающим персоналом. В данном случае решения агентов (персонала компании) могут положительно или отрицательно воздействовать на актив, в качестве которого выступает репутация менеджера.

Принципал-агентский подход неправильно было бы трактовать как полностью альтернативный *неоклассическому взгляду* на фирму, поскольку в его рамках также анализируется проблема *рационального поведения* хозяйствующих субъектов и *стимулов*, управляющих этим поведением. Однако более тесными узами он связан все же с новой институциональной теорией, включая *теорию контрактов, имущественных прав и трансакционных издержек*.

В центре агентского подхода находится положение о том, что агент в процессе выполнения своих поручений ведет себя не только в интересах принципала. Объяснения этому различны. Так, наблюдение за поведением агентов может потребовать запретительно высоких затрат. Это поведение вообще не может быть полностью подконтрольным. Проблема состоит в том, что агент знает, что принципал не обладает возможностью в полной мере обнаружить и отследить тот факт, что он работает «без полной отдачи». Таким образом, между принципалом и агентом имеет место *асимметричное распределение информации*.

Подобное поведение, заключающееся в сокращении усилий агентов в сравнении с эффективным уровнем, получило в англосаксонской литературе обозначение уклонения, или лодырничества (*shirking* — *англ.*). Результатом подобного уклонения может стать снижение общего оборота компании, сокращение ее прибыли и т. п. Ситуации, в которых цели агентов отклоняются от целей принципала, а принципал в силу асимметричного распределения информации не может точно оценить, в какой мере агент, стремясь реализовать свой собственный интерес, отклоняется от интереса принципала, обозначаются в литературе как *моральный риск* (*moral hazard*). Для подобных ситуаций принципал должен выработать для агента такие стимулы, чтобы он без надзора, «добровольно» или, выражаясь иначе, автоматически действовал бы эффективно и в его (принципала) интересах.

С момента подключения к анализу проблемы О. Уильямсона разрешение подобных ситуаций в рамках принципал-агентских взаимоотношений связывается с заключением контрактов³⁸. Контракты могут заключаться руководством компании как с ее аутсайдерами (например, поставщиками оборудования или оптовыми компаниями, закупающими готовую продукцию), так и с инсайдерами (например, менеджментом компании). Наиболее часто в литературе анализируют вторую из указанных разновидностей контрактов.

Особенностью подобных контрактов является тот факт, что в ходе их разработки (или дизайна) участники стремятся принять во внимание все возможные будущие ситуации из расчета рационального поведения сторон. При этом разрабатывается контракт при асимметричном распределении информации. Одновременно приходится сталкиваться со сложностью поиска адекватных измерителей результатов усилий сторон. И принципал должен таким образом разработать (или сформулировать) контракт (в данном случае это контракт о вознаграждении), чтобы предотвратить возможность морального риска и отклоняющегося поведения менеджера.

Данные идеи, благодаря усилиям П. Мильгрота и Дж. Робертса, были интегрированы в современное экономико-управленческое образование. Ими, в частности, обращено внимание на то, что одним из методов решения проблемы уклонения, или отлынивания, персонала компании от работы с полной отдачей является рынок корпоративного контроля. Наличие этого рынка может стимулировать персонал работать действительно эффективно, чтобы предотвратить поглощение компании и замену ее менеджмента (или даже основной части персонала) на более эффективную команду³⁹.

Оценивая данную трактовку природы фирмы, П. Робертсон и П. Ланглойс в своей, ставшей хрестоматийной, работе отмечают, что, если фирма трактуется как своеобразная *сеть контрактов* (*nexus of contracts*), тогда то, что относится к внутренним взаимоотношениям фирмы, и то, что касается ее внешних взаимодействий, различаются лишь в степени, т. е. не фундаментально. Оба типа взаимосвязей управляются контрактами, внутрифирменные же контракты при этом отличаются лишь большей степенью специфичности⁴⁰. Все это дало основание специалистам заключить, что принципал-агентский подход может трактоваться лишь как определенное направление более общей теории фирмы, в

рамках которого вырабатываются важные инструменты анализа и структурирования контрактных отношений между различными экономическими «актерами»⁴¹.

Теория трансакционных издержек, имущественных прав и границы фирмы

В отличие от агентского подхода, в котором анализируются взаимоотношения между различными «актерами», вне зависимости от того, находятся ли они внутри одного и того же предприятия (либо какой-то другой организационной единицы) или за его пределами, теория трансакционных издержек ставит следующие центральные с точки зрения теории фирмы вопросы, а именно: где должна производиться продукция — внутри фирмы или за ее пределами (в таком случае ее нужно будет покупать). При этом мы имеем дело с так называемым решением «производить или покупать» и связанным с ним вопросом о «естественных» или эффективных границах фирмы.

Согласно Р. Коузу, решение о производстве (или покупке) продукции зависит от величины соответствующих трансакционных издержек. Организация производства внутри фирмы предпочтительнее рыночного механизма, если издержки использования рыночного механизма, или трансакционные издержки, являются более высокими по сравнению с издержками администрирования внутри предприятия. Тем самым, согласно данной логике, фирмы существуют для минимизации трансакционных издержек.

Этим выводом данный подход отличается, скажем, от теории стейкхолдеров, в рамках которой фирма трактуется в качестве средства согласования и удовлетворения интересов разнообразных заинтересованных лиц. Что касается размера предприятия, то он также напрямую увязывается (с учетом соображений об эффективности) с величиной соответствующих трансакционных издержек. И фирма будет расширять свою деятельность, пока издержки по проведению трансакций внутри фирмы ниже издержек реализации соответствующих трансакций посредством рынка.

Итак, если фирмы, или иерархические структуры, обнаруживают большую эффективность в проведении экономических трансакций в сравнении с рынком, то эти трансакции, согласно Коузу, оказываются интернализированными внутри фирмы⁴². Подобная интернализация трансакций дает возможность компаниям использовать эффект масштаба (т. е. эффект снижения издержек на производство продукции с ростом объема производства) и эффект сети (когда совместное производство, например двух продуктов, обходится дешевле их раздельного производства). В этом случае границы компании могут быть определены с учетом границ действия эффекта от масштаба.

Развитие неоинституциональной экономики, включая теорию трансакционных издержек, привлекшее внимание к анализу различий между рынками и иерархиями, позволило получить ряд новых результатов, важных для анализа активно происходящих сегодня процессов вертикальной интеграции, диверсификации. Эта проблематика, имея важное теоретическое значение, представляет несомненный практический интерес, особенно в свете периодически возникающих волн слияний и поглощений, свидетелями усиления которых на различных отраслевых рынках в настоящее время мы являемся. Процесс вертикальной интеграции, вне зависимости от ее разновидности (*upstream*, т. е. назад к поставщикам, или *downstream*, т. е. вперед, к торговле, потребителям и т. п.), является процессом перевода трансакционных издержек из рынка и их интернализации внутри компании. И такая интернализация осуществляется, если иерархические структуры (предприятия, организации) характеризуются большей эффективностью по проведению трансакций в сравнении с рыночными структурами.

Развитие теории трансакционных издержек Р. Коуза применительно к анализу фирмы связано с исследованиями целого ряда авторов, к числу наиболее значимых из которых принадлежат работы О. Уильямсона. Развивая подход Коуза, данный автор проанализировал свойства трансакционных издержек и для каждой трансакции попытался обосновать эффективные формы ее проведения. Согласно его представлениям, для трансакционных издержек и их осуществления, соответственно, в рамках рыночного механизма или их интернализации на предприятии критическое значение имеют следующие три свойства: 1) *частота*; 2) *ненадежность*; 3) *специфичность*. Особенно важным является свойство специфичности (*asset specificity*), которое характеризуется потерей экономических преимуществ в случае разрыва отношений между партнерами по трансакциям. Иными словами, чем более специфичными являются трансакции, тем выше преимущества их проведения внутри предприятия (организации) и ниже — через рынок⁴³.

Наличие трансакционных издержек имеет и то следствие, что на практике часто заключаются неполные контракты. Согласно Тиролю, с существенной стороны имеются три типа трансакционных издержек, которые «отвечают» за наличие неполных контрактов, два из которых имеют место *ex ante*, т. е. до заключения контрактов, и один тип — после заключения контракта, т. е. *ex post*⁴⁴. К числу первых из них относятся ТС, обусловленные непредвиденными обстоятельствами (которые значимы для реализации контракта, но заранее их сложно предвидеть), а также издержки по составлению контрактов, обусловленные тем, что определенные внешние обстоятельства хотя и являются обозримыми, но их полная интеграция в контракт может быть слишком дорогостоящей. Издержки *ex post* — это издержки по наблюдению за ходом реализации контракта (*cost of enforcing contracts*).

Поскольку неполные контракты оставляют неотрегулированными различные вероятные ситуации взаимоотношений между партнерами, что может приводить к конфликтам и желанию подвергать ревизии заключенные контракты, осуществление трансакций внутри предприятия обнаруживает большую выгодность. Эти рассуждения показывают значение неполных контрактов для анализа фирмы.

Наличие трансакционных издержек и тесно связанных с ними неполных контрактов обуславливает появление проблемы вымогательства. Ее классическое изложение было первоначально дано Б. Клейном, Р. Дж. Кроуффордом и А. Алчияном (1978)⁴⁵ и позднее представлено В. Холмстромом и Дж. Робертсом следующим образом⁴⁶.

Один из участников контракта должен осуществить инвестицию для проведения трансакции с другой стороной контракта. Эта инвестиция имеет свойства *специфичности*, т. е. за пределами контрактных отношений она имеет незначительную ценность или вовсе не обладает ею. Кроме того, возможно заключение только неполного контракта относительно хода трансакции так, что распределение возникающей в результате инвестиции добавленной стоимости не может окончательно регулироваться. В этих условиях сторона, проводящая инвестицию, подвержена появлению ситуации вымогательства. Она может быть пояснена следующим образом.

Если появляется определенный «*ex post*» конфликт по поводу распределения образующейся вследствие инвестиции добавленной стоимости, то сторона, не осуществлявшая инвестицию, попытается присвоить себе этот доход. Такая возможность действительно существует, так как инвестиция за пределами контракта имеет низкую ценность, и инвестор оказывается в сложной переговорной ситуации. Если инвестор предвидит подобный конфликт, то он либо не будет проводить инвестицию, либо, по крайней мере, попытается защитить себя от этой ситуации вымогательства правовым образом или другим подобным путем. В обоих случаях возникает *ex ante* неэффективность, а именно: либо инвести-

ция не будет оптимальной, либо часть ресурсов будет расточительно израсходована для оборонительных мер.

Как типичный пример проблемы вымогательства, в литературе часто приводится ситуация с поставкой формы для литья под давлением для производства корпусов автомобилей. *General Motors (GM)* приобретала кузова у фирмы *Fisher Body* на краткосрочной контрактной основе. Эти формы могут использоваться только для изготовления определенных моделей автомобилей и в других случаях не имеют никакой ценности. Поэтому производитель обладает возможностью настолько сильно снизить цены за поставку этих частей, чтобы «связать» соответствующие инвестиции поставщика в развитие и производство форм для литья. Таким образом, у поставщика сокращаются или вовсе ликвидируются стимулы осуществления специфических инвестиций. Возникает вопрос, как поступать в рамках теории фирмы с проблемой вымогательства, как и с другими обсужденными здесь вопросами. Ответом может быть интеграция договаривающихся сторон в одном предприятии, включая формирование вертикально интегрированных структур.

Последующий анализ данной проблемы показал, однако, что вертикальная интеграция не решает всех проблем с мотивацией. Можно привести опять пример из практики работы *GM*, которая в дальнейшем столкнулась с неудовлетворительным качеством поставляемых узлов, которое было ниже у дочерних компаний, чем у независимых поставщиков. Объяснить данный феномен можно тем, что независимый поставщик осознает, что, снизив качество продукции, он рискует разрывом деловых отношений с компанией-заказчицей. Итак, крайняя степень вертикальной интеграции, как и полное вертикальное разделение, чреваты потерей мотивации. Одним из вариантов выхода из ситуации является широко применяемая на практике так называемая ослабленная интеграция (когда детали и узлы приобретаются и у дочерних компаний, и у независимых поставщиков).

Оценивая значение подхода транзакционных издержек, специалисты обращают внимание на ряд значимых результатов, полученных в его рамках с точки зрения формирования и развития теории фирмы. В их числе – теория неполных контрактов, анализ проблемы вымогательства, обоснование преимуществ вертикально интегрированных структур и ряд других. Общий вывод из теории транзакционных издержек (с учетом ряда понятий и результатов неоклассического анализа) таков. Если горизонтальные границы фирмы определяются в основном эффектом масштаба или сетевым эффектом, то вертикальные зависят от баланса между мотивацией стимулирования инвестиций в специфические активы и мотивацией повышения эффективности.

Осуществляемый в рамках теории транзакционных издержек анализ интегрированных структур, отмечают специалисты, проводится все же весьма односторонне, без необходимого учета издержек бюрократизации и других подобных эффектов, которые обнаруживают преимущества рыночного механизма. Это дало основание В. Холмстрому и Дж. Робертсу заключить, что если неоклассическая микроэкономика рассматривает фирму как «*черный ящик*», то теория транзакционных издержек трактует в качестве такового рынок⁴⁷.

Формированию более полных и адекватных теоретических представлений о фирме в рамках неинституционального подхода способствовало обращение ряда ее представителей, к числу которых принадлежит О. Уильямсон, к *теории имущественных прав*. Как и подход транзакционных издержек, данная теория исходит из наличия неполных контрактов. Одним из центральных здесь является вопрос о том, в какой мере распределение имущественных прав оказывает воздействие на поведение рыночных «актеров», включая стимулирование инвестиций в так называемые специфические активы.

О. Уильямсон сконцентрировал свое внимание на следующих важных для уяснения фирмы в качестве экономического института проблемах: ограниченная рациональность, оппортунистическое поведение и специфические активы. Ограниченная рациональность относится к ограниченной (несовершенной) способности решать сложные экономические проблемы. Понятие ограниченной рациональности применяется либо когда само лицо, принимающее решение, оказывается неспособным по тем или иным причинам «переварить» огромный объем информации, либо когда сама информация для принятия решений является несовершенной (неполной).

С ограниченной рациональностью тесно связано оппортунистическое поведение, которое характеризует реакцию людей на конфликтные ситуации. Они будут вести себя оппортунистически, т. е. в своих собственных интересах, пытаясь, скажем, использовать пробелы, не отрегулированные контрактами. При отсутствии ситуации ограниченной рациональности, как полагает Уильямсон и его последователи, возможность проявления оппортунистического поведения была бы предусмотрена и ее негативные последствия были бы нейтрализованы (блокированы). Что касается специфических активов, то, как уже ранее отмечалось, оно относится к числу особенных, нетривиальных инвестиций, которые имеют ценность лишь в рамках определенного круга трансакций.

Согласно представлениям Уильямсона, без проявлений оппортунистического поведения трансакции осуществлялись бы на рынке и не было бы необходимости в их интернализации в рамках иерархических структур, т. е. на предприятиях (организациях). В свою очередь, предпосылкой оппортунистического поведения является ограниченная рациональность, которая усиливает аргументацию в отношении подобной интернализации. Следующий элемент системы его аргументации — специфичность активов действует в том же направлении, углубляя преимущества контрактов, свойственных иерархической организации, в сравнении с проводимыми через рынок двусторонними контрактами.

При этом специфичные активы уже по своему определению не являются свободно доступными для других пользователей. Их применение в других областях, отличных от данных специфических трансакций, неизбежно сопровождается дополнительными трансакционными издержками. Результатом является необходимость относительного постоянства (или длительности) использования специфических активов, чтобы вложенные в них средства смогли бы окупиться. Чем более специфичными являются активы, тем сильнее необходимость поддерживать на постоянной основе взаимоотношения сторон контракта, что легче, и рациональнее обеспечивать эти требования при интернализации соответствующих трансакций в рамках предприятия⁴⁸.

Сила трактовки фирмы с позиции теории имущественных прав связана с тем, что в противовес другим подходам ею проясняются как преимущества, так и недостатки интеграции. Здесь рынок не является более «черным ящиком», а выступает местом, где экономические «актеры» совершают свои трансакции. Одним из возможных результатов этих трансакций является исключение некоторым лицом другого субъекта из пользования принадлежащих данному лицу активов.

Краткие выводы

Проведенный в данной статье анализ концептуальных представлений о фирме и некоторых возможных формах их интеграции в систему современного экономического университетского и бизнес-образования позволяет сделать ряд выводов. Прежде всего, сре-

ди разнообразных подходов, обращающих свои теоретико-аналитические взоры на фирму, нет ни одного, способного претендовать на истину в «последней инстанции», и ни одного, застывшего и переставшего развиваться.

С учетом этого обстоятельства в данной статье мы стремились сбалансированно представить различные теоретические подходы, не отдавая «априори» предпочтения ни одному из них. Серьезного внимания в данном аспекте заслуживает осмысление *современных* неоклассических идей, в том числе и в силу определенного доминирования в последние годы при изучении фирмы неинституциональных подходов, что отразилось также и в практике преподавания.

Разумеется, нельзя абстрагироваться от жесткой критики неоклассически ориентированной методологии, включая нереалистичность ряда предпосылок модели совершенного рынка и представлений о целевых установках фирмы максимизировать прибыль. Особый интерес в этом плане представляет подробное и весьма критическое обсуждение неоклассической методологии, представленное одним из создателей экономики отраслевых рынков Ж. Тиролем. Напомним его ироничное замечание по поводу того, что остается абсолютно невыясненным, действительно ли экономические «актеры» и фирмы максимизируют некоторую целевую функцию и проявляют оптимальное поведение⁴⁹.

Что касается вопроса о целевых установках компаний, то, помимо строгости концептуальных основ, он требует специальных исследований и для специфических условий неотрегулированных рыночных отношений со слабыми и противоречивыми институтами, которые можно было наблюдать в ряде стран с переходной экономикой в 1990-е годы. Вообще говоря, рыночное поведение подобных компаний в определенной степени подтвердило неоклассические представления о максимизации прибыли (причем именно краткосрочной) в качестве главного мотива поведения фирм. Другое дело, что результатом этого максимизирующего поведения, в отличие от представлений о «невидимой руке рынка», стало отнюдь не достижение общественной эффективности и Парето оптимальности.

Завершая обсуждение проблем, поднятых в статье, кажется уместным обратиться к приведенным Махлупом словам о том, что вряд ли стоит делить теории на «ложные» и «истинные»; целесообразнее различать теории, которые «отброшены» на обочину научного анализа и которые «еще открыты для критики». Фирма, ее внутренняя организация, рыночное поведение, вырабатываемые ею стратегии и т. д. представляют собой сложнейший феномен, комплексное исследование которого возможно лишь при учете всей богатой палитры научных идей и представлений. Что же касается экономического образования, то к числу его важнейших задач относится доведение до студентов, магистрантов, аспирантов и критическое рассмотрение всего богатства экономических идей для выработки ими самостоятельной позиции.

¹ *Тироль Ж.* Рынки и рыночная власть: теория организации промышленности. СПб., 2000. Т. 1. С. 23.

² Там же. С. 19–20.

³ Классическим примером такого плана является книга Мильгрота и Робертса, предназначенная, как отмечают сами авторы в предисловии к ней, для университетского двухступенчатого образования, а также для программ МВА (*Мильгрот П., Робертс Дж.* Экономика, организация и менеджмент: В 2 т. СПб., 2001).

⁴ *Томпсон-мл. А., Стрикленд III, А. Дж.* Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа: 12-е изд. / Пер. с англ. М., 2006.

⁵ Данный вывод подтверждает характер публикаций в современных ведущих журналах по менеджменту, среди которых сошлемся лишь на два из них, а именно — «Management Sciences» и «California Management Review».

- ⁶ Русскоязычный перевод статьи см.: Вехи экономической мысли. Т. 2. Теория фирмы / Под ред. В. М. Гальперина. СПб., 1999. С. 73–93.
- ⁷ Там же. С. 74–77.
- ⁸ Там же. С. 79.
- ⁹ Там же. С. 93.
- ¹⁰ Коуз Р. Г. Природа фирмы // Вехи экономической мысли. Т. 2. Теория фирмы. С. 11–32.
- ¹¹ Фуруботи Э., Рухтер Р. Институты и экономическая теория: Достижения новой институциональной экономической теории / Пер. с англ.; Под ред. В. С. Катяло и Н. П. Дроздовой. СПб., 2005. С. 512–518.
- ¹² Chandler A. D. Organization capabilities and the economic history of the industrial enterprise // Journal of Economic Perspective. 1992. Vol. 6. N 3. P. 79–100.
- ¹³ Andreosso B., Jacobson D. Industrial Economics and Organization: European Perspective: 2-nd edition. London; Boston, 2005; Lipczynski J., Wilson J., Goddard J. Industrial Organization. Competition, Strategy, Policy. Harlow, England: Pearson Education, 2005; Bühler S., Jaeger F. Einführung in die Industrieökonomik. Berlin; New York, 2002.
- ¹⁴ Туроль Ж. Рынки и рыночная власть: теория организации промышленности: В 2 т. СПб., 2000.
- ¹⁵ Holmstrom B.R., Tirole J. The Theory of the Firm // Handbook of Industrial Organization, 1 / Ed. by R. Schmalensee and Willig R.D. Amsterdam, 1989. P. 63–133.
- ¹⁶ Розанова Н. Эволюция взглядов на природу фирмы в западной экономической науке // Вопросы экономики. 2002. № 1. С. 50–69.
- ¹⁷ Тамбовцев В. Л. Предисловие к русскому изданию // Мильгром П., Робертс Дж. Экономика, организация и менеджмент. Т. 1. С. 7–8.
- ¹⁸ Williamson O. E. The theory of the firm as governance structure: from choice to contract // Journal of Economic Perspectives. 2002. 16. P. 171–195.
- ¹⁹ Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции. М., 1988; Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции. Реориентация теории стоимости / Пер. с англ. М., 1996.
- ²⁰ Berle A. A., Means G. C. The Modern Corporation and Private Property. New York, 1932.
- ²¹ Lipczynski J., Wilson J., Goddard J. Industrial Organization. Competition, Strategy, Policy. Edinburgh Gate. Harlow. England. 2005. P. 77.
- ²² Baumol W. J. Business Behavior, Value and Growth. New York, 1967.
- ²³ Баумоль У. Дж. Состязательные рынки: мятёж в теории структуры отрасли // Вехи экономической мысли. Т. 5. Теория отраслевых рынков / Пер. под ред. А. Г. Слуцкого. СПб., 2003. С. 110–140.
- ²⁴ Marris R. A. Model of the Managerial Enterprise // Quarterly Journal of Economics. 1963. N 52. P. 1078–1087.
- ²⁵ См.: Мильгром П., Робертс Дж. Экономика, организация и менеджмент. Т. 1. С. 267–269.
- ²⁶ Можно сослаться на книгу известного журналиста и политолога Штефана Ризе «Менеджеры за пределами контроля. Как жадность и жажда власти подрывают нашу экономику» (Stefan Risse. Manager außer Kontrolle. Wie Gier und Größenwahn unsere Wirtschaft ruinieren. Berlin, 2004), выход в свет которой был подобен мощному взрыву на казавшемся безоблачным небосводе.
- ²⁷ Саймон Г. А. Теория принятия решений в экономической теории и науке о поведении // Вехи экономической мысли. Т. 2. Теория фирмы. С. 54–72.
- ²⁸ Cyert R., March G. The Behavioural Theory of the Firm. Prentice Hall: Englewood Cliffs, New Jersey, 1963.
- ²⁹ Шумпетер Й. Капитализм, социализм и демократия. М., 1995.
- ³⁰ The IEVM Handbook of Economics / Ed. by W. Lazonick. London, 2002; Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов: 2-е изд. / Пер. с англ. М., 2006; Нельсон Р. Р., Уинтер С. Дж. Эволюционная теория экономических изменений / Пер. с англ. М., 2002.
- ³¹ При обращении к результатам эволюционной экономической теории в интересующем нас аспекте мы исходим из того, что данная проблематика с учетом ее существенного значения нуждается в самостоятельном и углубленном анализе.
- ³² Freeman R. Strategic Management: A Stakeholder Approach. Boston, 1984.
- ³³ См., напр.: Пахомова Н. В., Рухтер К. К. Экономика природопользования и экологический менеджмент: 2-е изд. СПб., 2006. С. 265–270.
- ³⁴ Подробнее см.: Andreosso B., Jacobson D. Industrial Economics and Organization: European Perspective. P. 70–71.
- ³⁵ Moschandreas M. Business Economics. London, 2000. P. 97, 197.
- ³⁶ Ibid.
- ³⁷ Waldman Don E., Jensen E. J. Industrial Organization. Theory and Practice. Boston; San Francisco; New York, 2001.
- ³⁸ Уильямсон О. И. Экономические институты капитализма: Фирмы, рынки, «отношенческая контрактация» / Пер с англ. СПб., 1996. С. 61–74.
- ³⁹ Мильгром П., Робертс Дж. Экономика, организация и менеджмент. Т. 1. С. 267–269.

⁴⁰ *Robertson P. L., Langlois R. L.* Innovation, networks, and vertical integration // *Research policy*. 1995. Vol. 22. P. 543–562.

⁴¹ *Bühler S., Jaeger F.* Einführung in die Industrieökonomik. Berlin; Heidelberg; New York, 2002.

⁴² *Coase R.* The institutional structure of production // *American Economic Review*. 1992. Vol. 82. N 4. P. 713–719.

⁴³ *Уильямсон О. И.* Указ. соч.

⁴⁴ *Тироль Ж.* Рынки и рыночная власть: теория организации промышленности. Т. 1.

⁴⁵ В русском переводе см.: *Кейн В., Кроуфорд Р. Дж., Алчиян А.* Вертикальная интеграция, присваиваемая рента и конкурентный процесс заключения контрактов // *Вехи экономической мысли*. Т. 5. Теория отраслевых рынков. С. 318–366.

⁴⁶ *Holmström B., Roberts J.* The boundaries of the Firm Revisited // *Journal of Economic Perspectives*. 1998. Vol. 12. N 4. P. 73–94.

⁴⁷ Ibid.

⁴⁸ *Уильямсон О. И.* Указ. соч.

⁴⁹ *Tirole J.* The Theory of Industrial Organization. Cambridge, Massachusetts, 1988. P. 48.

Статья поступила в редакцию 2 ноября 2006 г.