

К.В. Криничанский  
ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ В ТЕОРИИ ФИРМЫ

*В статье раскрываются аспекты принятия решений в неоклассической, контрактной, стратегической и предпринимательской теориях фирмы. Делаются заключения о том, какие классы решений и направления практической политики фирм получают развитие в рамках данных теорий, и какие проблемы нормативной теории им присущи.*

*The article describes the decision-making aspects of the following theories of the firm: Neoclassical, Transaction cost, Strategic and Entrepreneurial. Conclusions are made about what classes of decisions and directions of practical politics of the firms are developed within these theories and what problems of the normative theory are inherent in them.*

**Ключевые слова:** образование фирм, поведение фирм, анализ принятия решений, экономическая теория контрактов, фирменная стратегия.

**Keywords:** firm formation, firm behavior, decision-making analysis, economics of contract, firm strategy.

В экономической науке существует ряд направлений, которые носят название *теории фирмы*. Это неоклассическая теория фирмы, контрактная теория, предпринимательская, стратегическая, финансовая теории фирмы.

В данной работе мы коснемся следующих вопросов: какое место занимает анализ принятия решений в четырех направлениях — неоклассической, контрактной, стратегической и предпринимательской теориях фирмы; какие виды или группы решений изучаются в их рамках; что можно считать вкладом данных теорий в теорию принятия управленческих решений на уровне фирмы и какие существуют проблемы развития данных теорий?

В *неоклассической постхиксианской теории* фирма рассматривается как репрезентативный субъект в смысле соответствия общей совокупности (экономика в целом) или некоторой узкой группе (рынок, отрасль). Базовой моделью

фирмы является производственная функция — аналитическое выражение, связывающее независимые переменные, отражающие привлечение однородных ресурсов (труд, земля, капитал, предпринимательские способности), с зависимой — выпуском продукции в единицу времени.

Решаемая в рамках данной теории задача состоит в том, чтобы объяснить *выбор* фирмой *оптимального сочетания производственных факторов, цены предложения и объема производства*. Именно к этому, таким образом, сводится область принятия решений неоклассической фирмой.

Модели строятся для таких изменяющихся условий (ограничений), как цены факторов производства; постоянные и переменные издержки; число фирм в отрасли; налоговые обременения и др. При этом многие условия определяются как детерминированные, включая такое важнейшее из них, как функция спроса.

В целом неоклассика содержит следующие аспекты управления. Прежде всего, управление здесь — это управление ограниченными ресурсами, осуществляемое как решение задачи оптимального выбора. Далее это достижение эффективных границ фирмы — технологической (следующей из технологической неделимости), горизонтального и вертикального роста (следующей из экономии от масштаба, возникающей в результате эффекта субаддитивности издержек). Наконец, это элементарные правила конкуренции, основанные на изучении рыночных структур, как-то приспособление к складывающимся рыночным условиям для фирм, действующих на совершенно конкурентном рынке, конкуренция по цене и неценовым параметрам для фирм, действующих на рынке монополистической конкуренции и т.д.

Ее модели носят функциональный характер, им соответствует простая причинно-следственная логика обоснования решений, они либо детерминированы, либо содержат стохастические переменные, которым могут быть приданы оценки объективной или субъективной вероятности.

Проблемы (критика) неоклассического метода и неоклассической теории фирмы:

- неоклассики используют в своем анализе принцип экономического атомизма, однако реальное поведение экономических субъектов ему не соответствует, так что требуется разработка моделей, в которых фирмы принимают решения в условиях взаимной зависимости и влияния;
- экономические субъекты не обладают совершенным знанием, интеллектуальными и вычислительными способностями. Поэтому принцип экономического рационализма годен лишь для описания идеального представления рационального экономического поведения, а экономическое поведение корректнее описывается саймоновским термином *ограниченной рациональности* (Саймон, 1993), когда экономические единицы придерживаются некоторых субъективных практик, позволяющих экономить на рациональности, упрощать процедуру выбора, смещая оптимальные решения к субоптимальным;
- реальная экономическая среда оказывается гораздо более сложной, чтобы принятие решений можно было бы обеспечить анализом на основе принципа *ceteris paribus*. Такой анализ полезен для представления регулярных экономических процессов в формализованном виде и установления функциональных связей между переменными моделей. Однако в действительности трансформации происходят в режиме одновременного протекания, одновременной реакции объекта на внешние факторы, изменения значимости, значений и даже знаков коэффициентов регрессии;
- принципы равновесного подхода и сравнительной статики не удовлетворительны для анализа фирм, во-первых, поскольку следование им сводит анализ решений к анализу результатов, игнорируя стадию процесса принятия решений, во-вторых, так как уход от вопроса, как экономика переходит от одного равновесного состояния к другому, обедняет наше понимание происходящего в экономике;
- концепция репрезентативной фирмы и внутриотраслевого взаимодействия основана на предположениях о

том, что различия между фирмами невелики и несущественны, а информация, знания и ноу-хау свободно доступны на рынке. Использование такого абстрагирования препятствует поиску ответов на ключевые для поведения фирм вопросы, например, о причинах выявляемых различий уровня рентабельности фирм в отрасли;

– наконец, неоклассическая традиция неудовлетворительно объясняла сам факт существования фирмы и не выдвигала оснований для организационных решений.

Рассмотрим фирму как объект *контрактной теории*.

Здесь фирма представляется как альтернатива обычным рынкам (дискретная структурная альтернатива) (Коуз, 2001; Саймон, 1993), рассматривается как пучок контрактов (Jensen and Meckling, 1976) и структура управления (Уильямсон, 1996).

Основной акцент в контрактной теории делается на изучении влияния на экономическое поведение и институты трансакционных издержек или издержек (фрикций) процесса обмена. Фирма – институциональный ответ существованию рыночных фрикций. В рамках некоторого пространства обменов она обеспечивает большую общественную *эффективность*, так как величина трансакционных издержек, которые вынуждены нести владельцы ресурсов и иные субъекты, рассматриваемые как стороны контактов, внутри фирмы оказывается меньше, чем, если бы эти обмены совершались на обычном рынке.

Аналитическая задача здесь включает объяснение причин возникновения фирм, пределов их экспансии, многообразия организационных форм и иных проявлений способов управления контрактами, истолкование исторического выбора в пользу каких-то из них и др. В нормативном ключе – это разработка подходов к оценке действий фирм на рынке корпоративного контроля; необходимых в целях антимонопольного регулирования, подходов к смягчению проблем асимметричной информации в отношениях исполнителя и поручителя (например, менеджеров и собственников фирм) и др.

В качестве переменных условий, параметров, влияющих на конечные решения, при построении моделей здесь берутся различные типы транзакционных издержек; степень специфичности активов; случаи распределения информации (информационных преимуществ); наличие или отсутствие институтов защиты контрактов и др.

Контрактная теория затрагивает проблемы принятия управленческих решений, касающиеся выбора модели организации, управления поведением исполнителя (агентская проблема), обоснования пределов экспансии (вертикальной интеграции) фирмы. Так, рассматривая фирму как объект собственности и структуру управления, можно обнаружить, что в случае отделения собственности от управления (пример акционерной формы предприятия) в системе управления будут возникать проблемы, являющиеся следствием асимметричной информации и конфликта интересов собственников и менеджеров.

Рассуждая в нормативном ключе, следует разработать такие организационные решения и институциональные изменения, которые бы ослабляли свободу менеджеров в принятии решений, обеспечивая одновременно их перформенс в интересах собственников. В частности, в структуре органов управления акционерного общества возникает такое звено, как совет директоров, состав которого определяется голосами акционеров, функции состоят в защите интересов акционеров, полномочия достаточны для выполнения этих функций и при этом они не препятствуют инициативе и самостоятельности высших менеджеров компании. Также можно наблюдать, что тип контракта между фирмой и топ-менеджером должен иметь признаки *стимулирующего контракта*. В действительности как раз и наблюдается, что он содержит сложную систему вознаграждений и наказаний исполнителя (менеджера), определяя фиксированную и переменную (зависящую от усилий менеджера и получаемой как результат прибыли фирмы) величину вознаграждения, порядок (процедуру) ротации менеджеров и т.д.

Вместе с тем, все вероятные ситуации (состояния природы), для которых должны быть определены дифференци-

рованные условия контрактов не могут быть учтены, а издержки разработки всеобъемлющих контрактов (если бы такие вообще могли существовать) запретительно высоки. Отсюда возникают *концепции отношенческих и неполных контрактов*. Первые характеризуются непрерывностью контрактных отношений, второстепенность роли первоначального соглашения между сторонами, использованием в качестве основы для разрешения споров и адаптации к непредвиденным обстоятельствам всего опыта их взаимодействия, накопленного за время их отношений. Такая модель контрактов, в частности, удобна для описания отношений между фирмой и наемным работником<sup>1</sup>. Неполные контракты — схожая попытка описания проблем возникновения постконтрактных (*ex-post*) издержек, в которой подчеркивается значение степени *специфичности активов*, в которые инвестируют обе или одна из сторон, указывается на возможность вымогательства и на исходящую от асимметричности информации невозможность справедливого разрешения спора в суде.

Само существование контрактов, которые мы могли бы назвать отношенческими, показывает, что экономическая система находит способы разрешения проблем ограниченной рациональности и асимметричной информации. Другим ответом на данные проблемы является создание системы стимулов, опирающейся на систему прав собственности. Так, например, менеджеру может быть предложен опцион на покупку акций управляемой им компании. В ряде стран известен опыт функционирования акционерных компаний, в которых некоторая часть акций принадлежит наемным работникам. Эти и другие примеры также являются свидетельством того, что стимулы могут быть приданы

---

<sup>1</sup> Здесь гарантии занятости обмениваются на высокую степень лояльности работников, усердие в работе, отказ от сопротивления технологическим изменениям и т.п.

посредством как распределения контроля, так и распределения бремени риска<sup>2</sup>. Однако как бы ни был специфицирован контракт, каковы бы ни были механизмы улаживания конфликтов, устранить проблему потери общественной эффективности в рамках структур управления фирмой не удастся. Можно только попытаться улучшить качество (повысить эффективность) управления посредством улучшения дизайна контракта и разработки механизмов, в рамках которых будут заключаться и расторгаться контракты. Тем самым можно только *смягчить* остроту проблем, порождаемых асимметричной информацией и ограниченной рациональностью, но *нельзя устранить* эти проблемы вовсе.

Одна из практических иллюстраций этого — неустрашимость дилеммы, описываемой как несовпадение критериев ценности фирмы для акционеров и стейкхолдеров. Это делает фактически бесконечной полемику относительно (формализуемой) цели фирмы, а также определяет в качестве задач фирмы создание механизма взаимной адаптации участвующих в ней сторон. Однако есть скепсис относительно успеха такой адаптации. Р. Сайерт и Дж. Марч (Cyert and March, 1992) излагают следующее видение корпорации. Ограниченная рациональность стейкхолдеров не позволяет удерживать в поле зрения все проблемы и согласовывать их непротиворечивым образом. Внутри фирмы не может существовать субъекта, способного навязать волю остальным, контролируя и стимулируя их. Отсюда — конфликт целей и невозможность объяснить траекторию движения организации следованием единой интегральной цели. На практике может происходить, что в центре внимания фирмы оказывается то одна, то другая из целей, которые часто противоречат друг другу, а принимаемые решения оказываются случайным выбором, становятся следствием неразрешимых внутрикорпоративных конфликтов — не только между акционерами и менеджерами, но и между высшими менеджерами.

---

<sup>2</sup> В особых случаях оппортунистическое поведение и злоупотребления менеджеров должны заканчиваться дисквалификацией или даже уголовной ответственностью. Такое понимание стало одним из оснований принятия в США в 2002 году *Sarbanes-Oxley Act*.

Еще раз вернемся к существенному обстоятельству, определяющему ход анализа фирмы в рамках контрактной теории и актуализирующему проблему *ex-post* издержек. Как показал О. Уильямсон (1996), если степень специфичности активов мала, выбор должен пасть на классическую рыночную контрактацию, если же активы узкоспециализированы в отношении задач конкретной сделки, заключение контрактов будет стремиться концентрироваться внутри организации, управляющей ими. В нормативном плане это, по сути, означает рекомендацию к разработке *организационных решений* предпринимательского или высшего управленческого уровня и предупреждения рисков, следующих из постконтрактного оппортунизма партнеров по коммерческим операциям.

Помимо проблемы выбора между рыночным и внутрифирменным механизмами управления транзакциями контрактная теория затрагивает также *проблему выбора организационной формы и внутрифирменной структуры управления*. Наблюдаются существенные отличия обычаев принятия решений менеджерами в фирмах, имеющих разные организационные формы – частную, партнерскую, корпоративную. Различия транзакционных издержек и создаваемые условия для маневренности управления при выпуске отдельных продуктов определили успех мультидивизиональной структуры управления (*M-Form*) крупных корпораций в сравнении с унитарной структурой (*U-Form*).

Подводя итог рассмотрению контрактной теории, можно сказать, что ее вклад в теорию принятия решений состоит в том, что она

- позволила подвести серьезный научный фундамент под большой класс организационных решений, трактуя их больше с позиций эффективности, чем с позиции поиска монопольных выгод;
- объяснила границы результативности решений, ссылаясь на проблемы асимметричной информации и, тем самым скорректировала направление совершенствования механизмов принятия решений;



- способствовала лучшему видению организации с точки зрения проблемы придания стимулов исполнителям и совместимости стимулов;
- вскрыла причины невозможности достичь Парето-оптимального распределения (аллокативной эффективности) вследствие ограниченности рациональности, *ex-post* издержек, неполноты контрактов, оправдывая тем самым существование принципа выбора второго наилучшего или удовлетворительного (приемлемого) результата.

Проблемы (критика) контрактного подхода к изучению фирмы:

- сложность измерений характеристик трансакций, таких как рентабельность, неопределенность, специфичность используемых для их реализации активов;
- «неполная разработанность механизмов принятия компромиссных [решений]» (Уильямсон, 1996: 613);
- часто наблюдающийся перекоп в сторону изучения проблемы несостоятельности рынков и недостаточное внимание проблеме несостоятельности и границ организации как иерархической бюрократической структуры;
- незавершенность подхода к анализу дискретных структурных альтернатив, которая проявляется в том, что «открытой остается проблема механизмов, алгоритмов выработки и принятия компромиссных решений» (Шаститко, 2010: 758).

Наконец, остановимся на видении фирмы в *стратегической теории* (Р.П. Рамелт, Д. Дж. Тис, Дж. Доци, С. Уинтер, М. Портер, Д. Шендел и др.) (Тамбовцев, 2010). В последние десятилетия этот подход складывается на пересечении сразу нескольких направлений — ресурсной теории фирмы, подхода, основанного на знаниях, концепции динамических способностей и др.

В стратегической теории фирма представляется как «пучок ресурсов» (Penrose, 1959). Это не ресурсы в узком смысле, как в неоклассике, — труд и капитал, а в самом широком понимании, включая «организационные способно-

сти», навыки, человеческий капитал. Фирма рассматривается как уникальный экономический субъект, успех которого ставится в зависимость от умений менеджеров сформировать набор ресурсов и управлять им, более развернуто понимаемых как проактивное стратегическое поведение.

Исследовательские задачи здесь таковы: объяснить разнообразие фирм внутри отрасли; дать ответы на вопросы — как фирма создает и должна создавать а) конкурентные преимущества, б) ценность для потребителя и стоимость<sup>3</sup>.

Переменные условия моделей<sup>4</sup>: особые ресурсы фирм (VRIN — *Valuable, Rare, Inimitable, Non-substitutable*), обеспечивающие их конкурентные преимущества; рыночная неопределенность, создающая предпосылки для предпринимательского экспериментирования и др.

Миссия менеджмента фирмы включает две составляющие — создание конкурентных преимуществ посредством действий, охватывающих организационные комплексы, процессы обучения и иные компоненты жизни современной фирмы; формирование бизнес-моделей, то есть осуществление стратегического выбора фирмы в отношении рынков, потребителей, продуктов, механизма генерирования и присвоения рента.

Таким образом, стратегическая теория фирмы более тесно переплетена с проблематикой принятия решений, чем ранее рассмотренные концепции. При этом в ней можно выделить некоторые акцентированные направления исследований.

Как и в контрактной теории, один из акцентов здесь делается на *организационных решениях*, что подкрепляется объяснением происхождения фирмы на основе выявления преимуществ фирменной (либо сетевой) организации в

---

<sup>3</sup> Конкурентные преимущества и ценность для потребителей понимаются как приоритетные по отношению к задаче минимизации издержек, на которой делался акцент в неоклассической теории.

<sup>4</sup> Чаще не формальных, а вербальных, развертывающихся не в рамках количественных методов анализа, а в рамках качественных, в том числе лонгитюдных углубленных исследований — анализа кейсов конкретных компаний в их динамике, анализа малых выборок компаний в целях поиска признаков уникальности компаний, которые можно было бы связать с их конкурентными преимуществами.

сравнении с дисперсной моделью рыночного взаимодействия: фирмы превосходят рынки способностями комбинирования ресурсов и управления издержками коммуникации и координации; фирмы являются «знающими» организациями в силу феномена «надындивидуальности» знаний; фирмы позволяют задействовать механизм динамических способностей, адаптируясь к неопределенной среде и становясь активным генератором новых возможностей извлечения экономических рент.

Отсюда возникает свое понимание классификации и принципов принятия управленческих решений, направлений и объектов приложения усилий предпринимателями и менеджерами. Так, решения, связанные с процессами, отвечающими за развитие, получают ту характеристику, которая отражает значимость накопления, сохранения и преумножения фирмой не только кодированного, но и *некодированного знания*. Предлагаемые инструменты изучения опыта такой деятельности — это концепции рутин и организационной идентичности фирмы. Они же составляют направление практической работы менеджеров и затрагивают не только организационный класс решений, но и решения в области политики управления интеллектуальным капиталом, персоналом (определяющие роль и способы мотивации, технологии обучения и переподготовки кадров), инновациями (включая технико-технологические, ниокровские, продуктовые и прочие направления).

Рыночно-продуктовые решения и решения, связанные с позиционированием, должны соотноситься с тем пониманием, что залогом успеха и лидерства является не копирование продуктов и технологий конкурентов и не подавление соперника на рынке, а создание собственных, труднокопируемых другими фирмами компетенций. М. Портер приводит пример стратегии *Hewlett-Packard*, делающей ставку на высокое качество и технологическое лидерство, ориентируясь на потребителя с высокими требованиями. Такая стратегия ограничивает потенциальную долю рынка, но предусматривает снижение чувствительности покупателей к ценам, меньшую власть покупателей, чем если бы компания

производила стандартную продукцию для массового потребителя (Портер, 2005: 184). Отсюда – переосмысление принципов принятия решений в области финансирования и издержек: акценты смещаются с минимизации издержек на создание дополнительной ценности для потребителя; контроль издержек приносится в жертву фактору скорости – опережению конкурентов в области разработки и коммерциализации новых продуктов, осуществлению технологических и организационных инноваций (пример стратегии *Apple Inc.*). Сказанное является концептуальными и практическими иллюстрациями формирования и использования фирмами стратегии, опирающейся на «динамические способности» фирмы.

В поле зрения проблемных исследований стратегической теории фирмы также попадает тот факт, что фирма как объект исследования претерпевает существенную модификацию в смысле понимания ее эффективных размеров и организационных границ. Зачастую решения предпринимательского и высшего управленческого уровня должны рассматривать фирму как субъект рыночной конкуренции в составе альянсов, сетей, кластеров и прочих связующих структур.

Проблемы (критика) стратегической теории фирмы:

- «причинная неоднозначность»: «ни внешним, ни внутренним наблюдателям причинная связь между составом и свойствами ресурсов, которые используются фирмой, и возникшим конкурентным преимуществом может быть совершенно не ясна» (Тамбовцев, 2010: 11–12). Причинная неоднозначность определяет невозможность выработки четких правил для принятия решений, направленных на создание конкурентных преимуществ;
- сложности перехода от анализа уникального опыта компаний к отысканию устойчивых закономерностей, и, как следствие, обвинения в «нетеоретичности», использовании рассуждений в формате *ad hoc*;
- нечеткость формулировок, как-то трактовка ресурсов как всего, «что может быть определено как сильная или слабая сторона какой-либо фирмы» (Вернерфельт,

2006: 105); или неясность, «отвечают» ли за создание ценностей для потребителя и стоимости все ресурсы фирмы, или только те, которые выделены как ключевые;

- проблемы гипостазирования: ряд понятий (рутина, организационные способности, организационные знания и др.) не вполне обоснованно используются на правах терминов, тогда как по своему содержанию они являются не более чем метафорами.

Развитие *предпринимательской теории фирмы* главным образом обязано работам Й. Шумпетера, Ф. Найта и представителей австрийской школы, которая в последние годы заметно прогрессировала, в том числе благодаря уяснению достижений иных течений экономической науки, прежде всего, новой институциональной экономической теории. Это, в частности, видно из того, что неоавстрийцы сходным образом подходят к объяснению существования фирмы (см. Foss, 1994; Zander, 2007).

Изначально данная традиция теории фирмы получила свое развитие, объясняя роль предпринимателя как субъекта, извлекающего свою ренту из фактора неопределенности, а также благодаря успешному продвижению инноваций. Позднее предпринимательская теория фирмы дополняется новыми концепциями. Одна из них — концепция «когнитивного лидерства»: предприниматель является, во-первых, носителем бизнес-идеи, во-вторых, субъектом власти — в процессе создания и функционирования фирмы он продвигает оперативную адаптацию контрактов, например, стимулирует работников с помощью денежных форм поощрений, через механизм эмоциональной сопричастности продвигаемым изменениям и др.

Таким образом, в рамках предпринимательской теории разрабатываются и обосновываются такие вопросы принятия решений, как принятие решений в условиях неопределенности, основы инновационного менеджмента, создание системы стимулирующих контрактов и организационных моделей.

Наконец, укажем, что недавняя работа Пителиса и Тиса (Pitelis and Teece, 2009), развивающая предпринимательскую теорию фирмы, предлагает объяснение не только созданию фирм, но и широко распространенному сегодня феномену создания новых рынков.

Проблемы предпринимательской теории фирмы:

- теории присущ организационизм и эклектика, попытки увязать наблюдения из области экономики, социологии, психологии, проблемы с четким операциональным определением понятий (бизнес, предпринимательские способности/возможности, инновации) и измерением, смешение в понятии предпринимательства инструментального (аналитического) и функционального (описательного, структурного) начал;
- фокусировка на малых фирмах и проблемы выделения предпринимательской роли в крупных компаниях;
- сложности с объяснением возникновения спроса и предложения предпринимательства в разных экономиках и др.

Подведем некоторые итоги.

Теория фирмы в последние десятилетия существенно прогрессировала благодаря развитию транзакционного, ресурсного подходов, концепции динамических способностей и иных направлений, в том числе благодаря синтезу этих направлений. Фирма перестала рассматриваться как «черный ящик», гораздо более глубоким стал подход к организационным решениям, решениям по найму, вместе с технологическим и организационным аспектом значительное внимание было посвящено предпринимательской функции фирмы. Было показано, что процессы принятия решений имеют значение. Исследователи в целях более глубокого понимания причин успеха или неудач деятельности фирм ушли от универсальности в сторону индивидуального подхода. Это способствовало объяснению поведенческих аспектов функционирования фирм, лучшему пониманию протекающих в них процессов принятия решений.

Впрочем, наблюдаются и недостатки в недавнем развитии теории фирмы. Теория ушла от использования уни-

версальных формальных моделей к менее формализованным дескриптивным моделям. Однако при этом она неизбежно потеряла в своей строгости. Следующие из работ заключения оказывались весьма спорными либо имеющими смысл как рассуждение «к случаю». Анализ проводился нередко с использованием понятий, имеющих скорее метафорическую образность, чем терминологическую определенность. Возможно, однако, что именно такое направление развития теории фирмы олицетворяет собой запрос рынка, и, в частности, оно может дать лучшую базу для развития теории принятия управленческих решений.

### Литература

- Вернерфельт Б. Ресурсная трактовка фирмы // Вестник С.-Петербург. ун-та. Сер. 8. Вып. 1. 2006. С. 103-118.
- Каткало В. Эволюция теории стратегического управления: автореферат диссертации на соискание ученой степени д-ра экон. наук. СПб., 2007.
- Коуз Р. Природа фирмы. М: Дело, 2001. С. 33-52.
- Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. М.: Фонд экономической книги «Начала», 1997.
- Портер Е. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.
- Саймон Г. Рациональность как процесс и продукт мышления // THESIS. 1993. Вып. 3. С. 16-38.
- Тамбовцев В. Стратегическая теория фирмы: состояние и возможное развитие // Российский журнал менеджмента. 2010. Том 8, № 1. — С. 5-40.
- Уильямсон О. Экономические институты капитализма: Фирмы, рынки, «отношенческая» контрактация. СПб.: Лениздат; CEV Press, 1996.
- Шаститко А. Новая институциональная экономическая теория. — 4-е изд. М.: ТЕИС, 2010.
- Syert, R. and March, J. (1992) *A Behavioral Theory of the Firm*. Wiley-Blackwell.

- Foss, N.J. (1994) 'The Theory of the Firm: The Austrians as Precursors and Critics of Contemporary Theory', *Review of Austrian Economics*, vol. 7, no. 1, pp. 31-65.
- Jensen, M.C. and Meckling, W.H. (1976) 'Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure', *Journal of Financial Economics*, vol. 3, no. 4, pp. 305-360.
- Penrose, E.T. (1959) *The Theory of the Growth of the Firm*, New York: Wiley.
- Pitelis, C.N. and Teece, D.J. (2009) 'The (New) Nature and Essence of the Firm', *European Management Review*, vol. 6, no. 1, pp. 5-15
- Zander, I. (2007) 'Do You See What I Mean? An Entrepreneurship Perspective on the Nature and Boundaries of the Firm', *Journal of Management Studies*, vol. 44, no. 7, pp. 1141-1164.

**Об авторе**

Константин Владимирович *Криничанский* – доктор экономических наук, профессор кафедры финансов и финансового права Южно-Уральского государственного университета (НИУ), kkrin@ya.ru.

**About author**

Prof. Dr. *Konstantin V. Krinichanskiy*, Department of Finances and Finance Law, South Ural State University (National Research University), kkrin@ya.ru.