

ОБҐРУНТУВАННЯ ТЕОРЕТИЧНИХ ЗАСАД ЕКОНОМІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ З ПОЗИЦІЇ ТЕОРІЇ ФІРМИ

ЛІГОНЕНКО Л. О.

УДК 334.723: 005.93

Лігоненко Л. О. Обґрунтування теоретичних засад економічного управління підприємством з позиції теорії фірми

Розглядається еволюція теорії фірми стосовно визначення генеральної мети, призначення, необхідності та можливості управління підприємством. На цій основі аргументується необхідність та визначаються базові параметри (роль, мета, функції) економічного управління підприємством, під яким пропонується розуміти інтегруючий та координуючий вид управління. Його основною метою є гармонізація управлінських цілей (визначених в окремих видах спеціального управління) та підпорядкування їх загальній меті існування підприємств – забезпеченню довгострокового стійкого функціонування (життєздатності) та максимізації (зростання) цінності для усіх груп стейкхолдерів.

Ключові слова: теорія фірми, інституціоналістський підхід, стейкхолдери, соціально орієнтоване підприємство, економічне управління підприємством.

Бібл.: 8.

Лігоненко Лариса Олександрівна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки та фінансів підприємств, Київський національний торговельно-економічний університет (вул. Кіото, 19, Київ, 02156, Україна)

E-mail: Larisa.ligonenko@gmail.com

УДК 334.723: 005.93

UDC 334.723: 005.93

Лігоненко Л. А. Обоснование экономического управления предприятием с позиции теории фирмы

Рассматривается эволюция теории фирмы относительно определения генеральной цели, предназначения, необходимости и возможности управления предприятием. На этой основе аргументируется необходимость и определяются базовые параметры (роль, цель, функции) экономического управления предприятием, под которым предлагается понимать интегрирующий и координирующий вид управления. Его основной целью является гармонизация управленческих целей (определенных в отдельных видах специального управления) и подчинение их общей цели существования предприятия – обеспечению долгосрочно-устойчивого функционирования (жизнеспособности) и максимизации (роста) ценности для всех групп стейкхолдеров.

Ключевые слова: теория фирмы, институциональный подход, стейкхолдери, социально ориентированное предприятие, экономическое управление предприятием.

Библ.: 8.

Лігоненко Лариса Александровна – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой, кафедра экономики и финансов предприятия, Киевский национальный торговельно-экономический университет (ул. Киото, 19, Киев, 02156, Украина)

E-mail: Larisa.ligonenko@gmail.com

Ligonenko L. A. Substantiation of Economic Management of a Company from the Point of View of the Theory of the Firm

The article considers evolution of the theory of the firm with respect to identification of the general goal, purpose, necessity and possibility of company management. It affirms a necessity and identifies basic parameters (role, goal, function) of economic management of a company, under which it is offered to understand integrating and co-ordinating type of management. Its main goal is harmonisation of managerial goals (identified in individual types of special management) and their subordination to the common goal of company existence – ensuring long-term stable functioning (viability) and maximisation (growth) of value for all groups of stakeholders.

Key words: theory of the firm, institutional approach, stakeholders, socially oriented company, economic management of a company.

Bibl.: 8.

Ligonenko Larisa A. – Doctor of Science (Economics), Professor, Head of the Department, Department of Economics and Finance of Enterprises, Kyiv National University of Trade and Economy (vul. Kioto, 19, Kyiv, 02156, Ukraine)

E-mail: Larisa.ligonenko@gmail.com

Основою забезпечення стабільного функціонування підприємств є зростання їх прибутковості, конкурентоспроможності, платоспроможності та ринкової вартості як ключових індикаторів здатності підприємства до розвитку, які безпосередньо залежать від взаємоузгодженої та взаємопов'язаної діяльності усіх підрозділів підприємства. Ефективність їх взаємодії забезпечується за рахунок спеціально організованої системи – економічного управління підприємством.

Термін «економічне управління» почав використовуватися на теренах України та інших країн СНД з початку 21 сторіччя, але дискусія щодо його змістовного наповнення триває. Своє розуміння специфічних особливостей цього виду управління виклали в своїх працях Гончаров А. Б., Денисова А. Ю., Дядечко Л. П., Жданова С. А., Зозуля П. В., Киселица Е. П., Лисенко О. А., Мясоєдова Л. В., Олейнікова Н. М., Панагушин В. П., Хабибуліна Е. Р. та інш.

Метою даної статті є викладення теоретичних положень теорії фірми, які покладені в основу авторського тлумачення сутності, мети та функцій економічного управління підприємством.

Як відомо, пошук відповіді на питання «Що є сенсом та довгостроковою метою існування (функціонування) підприємства?» триває вже майже століття. Його результатом стали різноманітні **теорії фірми**, кожна з яких дає власне трактування сутності, ролі та призначення фірми (підприємства).

Розглянемо найбільш поширені та визнані підходи, які віддзеркалюють еволюцію поглядів, яка відбулася.

1. Неокласичний (марджиналістський) підхід. Неокласичний підхід до теорії фірми, базові положення якого викладені у фундаментальній статті Р. Коуз «Фірма, ринок и право» (1937) [1] визнавав підприємство системою трансформації вхідних ресурсів в готову продукцію (виробнича функція), метою якої є максимізація доходу (прибуток).

Фірма розглядалася однорідним утворенням. Управління ним здійснює одна особа, яка й приймає на себе усю відповідальність за стан і результати господарювання, визначає внутрішню філософію, місію та цілі заснованого ним підприємства (фірми). Поведінка підприємства повністю визначається її власником-управлінцем в одній особі, який має діяти раціонально та прагнути максимально ефективно використовувати ресурси в умовах конкурентного ринку. Тобто, у межах неокласичної теорії підприємство визнається індивідуальним центром прийняття рішень, різновидом економічної людини – раціонального максимізатора.

Маржиналістський підхід має занадто спрощений, абстрактний характер, який не відповідає реаліям практики, оскільки раціональність в поведінці підприємця є проблематичною, прагнення до максимізації прибутку призводить до конфлікту між підприємством і зовнішнім середовищем. Залишається незрозумілим, навіщо підприємцю прибутку, чи існують обмеження щодо його отримання, заради чого він прагне до його максимізації.

2. Біхевіористський підхід. Базові постулати теорії біхевіоризму викладені у всесвітньовідомій праці американського економіста, Нобелівського лауреата Герберта Саймона [2]. У рамках даної теорії фірма розглядається як колектив індивідів, що мають різні мотиви й переваги. Процес ухвалення рішення має передбачати узгодження безлічі існуючих цілей і потреб різних індивідів. Враховуючи що обставину, прихильники даної теорії доводять, що фірми будуть прагнути досягти скоріше задоволення, чим максимізації. Тобто постулюється, що фірма не завжди переслідує мету максимізації прибутку; цілевизначення підприємства залежать не тільки від власника, а від топ-менеджерів підприємства та стану зовнішнього середовища. Довгострокова мета діяльності може бути встановлена тільки на основі моніторингу поведінки фірми.

Даний підхід є більш прагматичним, оскільки визнає, що мета фірми може залежати від різних ситуацій і людей, які здійснюють управління нею. Проте, він не дозволяє знайти загальну методологічну основу для пояснення довгострокових цілей діяльності фірми, безпосередньо сенсу її існування.

3. Поведінкова теорія фірми. Подальшим розвитком ідей біхевіоризму та антиподом розуміння підприємства як індивідуального максимізатора стала поведінкова теорія фірми (школи університету Меллона – Карнегі), яка визнає пріоритет психологічних факторів у процесі прийняття рішень, у тому числі і щодо цілевизначення підприємства.

Базові положення цієї теорії викладені у всесвітньо відомій праці Р. Сайерта та Дж. Марча «Поведінкова теорія фірми» (1963) [3] і полягають у такому: 1) фірма – це коаліція індивідумів та підрозділів; кожен з яких має власні інтереси та, відповідно, показники, які віддзеркалюють їх досягнення; 2) не існує людини або групи осіб, які б могли нав'язати своє бачення (волю) усім іншим учасникам фірми, контролювати та стимулювати їх; 3) враховуючи різноманіття інтересів, необхідно прагнути не максимального, а певного (цільового) рівня їх досягнення; 4) загально абстрактна (глобальна) мета –

максимізація прибутку – має бути замінена на більш конкретні підцілі, які легше зрозуміти та контролювати; 5) процес прийняття рішень – не індивідуальний, а колективний, здійснюється з урахуванням не тільки економічних, а й психологічних факторів, потребує горизонтальної та вертикальної координації. 6) процес організаційного вибору передбачає аналітичні, планові та оціночні процедури (до найважливіших віднесено: а) прогнозування попиту на продукцію; б) аналіз поведінки конкурентів; в) оцінку витрат; г) формулювання цілей виходячи з певного набору (переліку) можливих рішень, які формуються на основі соціально організованого збору та обробки інформації; д) складання плану по досягненню цілей; е) оцінку відповідності розробленого плану визначеним цільовим показником; ж) приймання плану та його реалізація, при необхідності – коригування).

Практичною реалізацією даного бачення сутності підприємства як колективного індивідуума стала поширена в сучасному менеджменті практика деталізації та персоналізації цільових показників, узгодження їх в межах певної системи (наприклад, збалансованої системи показників). Відповіддю на тезу про відсутність людини або групи осіб, які б могли нав'язати своє бачення (волю) усім іншим учасникам фірми, стало створення спеціальних органів управління – суб'єктів певних видів загального та спеціального управління.

4. Теорія підприємництва. У рамках даного підходу фірма й підприємець розглядаються як єдине ціле. Як наслідок постулюється, що виключно особистість підприємця та його здатності визначають успіх або неуспіх (фіаско) фірми та її поведінку; ціль фірми залежить від цілей самого підприємця, тобто може мати місце широкий перелік цілей, які будуть залежати від особистісних якостей підприємця, від його розуміння свого призначення та мети заснування ним суб'єкта підприємництва.

Мета підприємства може мати безліч формулювань та не обмежується єдиною оптимізаційною моделлю. Відповідно, можливим є цілий спектр варіантів поведінки підприємства, які залежать від конкретної особистості – підприємця (власника-керівника), його менталітету та громадянської позиції, стану внутрішнього та зовнішнього середовища. Як і будь яка біологічна істота, підприємець-керівник має турбуватися про свою життєздатність, надавати пріоритет довгостроковим цілям та інтересам перед короткостроковими (спекулятивними).

5. Інституціональний підхід. З позицій даного підходу, родоначальниками якого є лауреати Нобелівської премії Рональд Гаррі Коуз та Олівер Уільямсон [4], фірма – це пучок контрактів або домовленостей між учасниками процесу виробництва.

Фірма розглядається як формальний інститут (установа), яка взаємодіє з ринком – неформальним інститутом. Взаємодія інститутів між собою обумовлює транзакційні витрати, які виникають у зв'язку з необхідністю пошуку й оцінки інформації про потенційного партнера, проведення переговорів і укладання контрактів, а також у зв'язку із захистом цих контрактів. Інститути впливають на діяльність фірми, формують умови й правила для бізнесу, визначають його стабільність і

безпеку. Відповідно метою фірми проголошується мінімізація трансакційних витрат.

Дана теорія також визнається дещо абстрактно-теоретичною з 2-х причин: 1) трансакційні витрати є достатньо проблемним об'єктом оцінки, обліку, аналізу, що ускладнює практичну реалізацію завдання щодо їх мінімізації; 2) сумнівним в умовах розвитку маркетингу партнерських відносин і посилення інтеграційних процесів є досягнення мети мінімізації трансакційних витрат внаслідок їх постійного зростання. Хоча даний підхід у чистому вигляді не віддзеркалює реалій ринку та не дає методологічного пояснення природи фірми, він став базою для виникнення багатьох похідних теорій та шкіл, які відкрили новий погляд на призначення підприємства (фірми).

6. Теорія корпорації Дж. Гелбрейта. Теорія Дж. Гелбрейта, на відміну від теорії підприємництва та базуючись на інституціональному підході, прагне дати пояснення особливостей мети існування великих корпорацій – основних учасників інституціональної економіки в новому індустріальному суспільстві. У своїй видатній праці «Нове індустріальне суспільство» (1969) [5] Дж. Гелбрейт виділяє дві частини економіки – ринкову (малий бізнес) і плановану (великі корпорації). Якщо в ринковій економіці діють закони ринку, а успіх підприємця залежить від попиту на його продукцію (товари, роботи, послуги), то в плановій (за рахунок домінування на ринку великих компаній) обсяги діяльності, рівень цін і витрат є плановими параметрами діяльності.

Величезні розміри корпорацій, їх фінансова сила та могутність обумовлюють не тільки їх велику економічну, а й соціальну роль. Фактично вони стають гарантом розвитку національної економіки, безпеки суспільства в цілому.

У зв'язку з цим кардинально змінюється мета корпорації: прагнення до максимізації прибутку трансформується в досягнення планового рівня прибутку й зростання бізнесу та доповнюється соціальними цілями – досягнення стабільності й безпеки суспільства й споживачів, створення умов для реалізації інтересів усіх груп стейкхолдерів (контактних аудиторій, зацікавлених осіб). Корпорації визнають інститутом, який має забезпечувати не тільки власну стабільність та безпеку (від ліквідації, банкрутства, витіснення ринку), але і стабільність та безпеку для усіх стейкхолдерів.

Мета планового зростання корпорації не має суперечити цілям ні суспільства в цілому, ні цілям та інтересам різних видів стейкхолдерів, включаючи її співробітників, топ-менеджерів і т. п. Великі корпорації не мають морального права дбати лише про максимізацію власного прибутку, вони мають враховувати цілі стабільності та безпеки суспільства та споживачів, які стають і їх соціальними цілями.

Зміни в цілевизначенні фірми-корпорації обумовлюються прагненням до зниження (обмеження) ризиків її діяльності. Запобігання ризику, збереження досягнутого статусу-кво стає більше важливим, ніж прийняття високого ризику для максимізації прибутку. Таким чином, пріоритетними стратегічними цілями стають стабільність і безпека.

7. Еволюційна теорія фірми. Дана теорія, яку викладено у фундаментальній праці С. Закса «Еволюційна теорія організації» [6], передбачає застосування до підприємства принципу багатьох рівнів. Підприємство прагне еволюціонувати (розвиватися) одночасно на декількох зовнішніх і внутрішніх рівнях, які перебувають в інтерактивному зв'язку, ситуація на одному рівні впливає на інші рівні.

Базуючись на основних еволюційних правилах – прагненні до збереження ідентичності та адаптації до зовнішнього середовища, дана теорія визнає, що пріоритетним (визначальним) є п'ять рівнів активності («меми»). Фундаментальними (системоутворюючими для інших рівнів активності) є «меми» в гуманітарному вимірі – ключові цінності підприємства, які і обумовлюють «меми» в інституційному (ідеї, принципи) та змістовному (ключові компетенції) вимірах.

Метою підприємства визнається прагнення до збереження ідентичності й адаптації до зовнішнього середовища, причому на основі не тільки економічних, але й суспільних критеріїв ефективності. Їх врахування є обов'язковим для успішної діяльності в умовах динамічності й наростаючої складності як самого підприємства, так і навколишнього середовища.

Такий підхід до тлумачення призначення фірми знову звертає увагу на соціокультурні аспекти, менталітет власника (менеджера), який є базовим для формування системи цілей та компетенцій підприємства. Але головним визнається збереження ідентичності (тобто неповторності, унікальності) підприємства на основі постійного моніторингу зовнішнього середовища, пристосування до його змін, формування довгострокових конкурентних переваг.

8. Мережева теорія фірми. Ця теорія розглядає підприємство як сукупність фірм-партнерів, які об'єднані в єдиний ланцюжок створення цінності й взаємодіють між собою для досягнення єдиних стратегічних цілей, пов'язаних з підвищенням стійкості мережі в цілому не тільки в короткостроковій, а й в довгостроковій перспективі [7].

Мережева теорія фірми виникла у відповідь на поширення процесів аутсорсингу й розвитку ключових компетенцій. Партнери в мережі спеціалізуються на здійсненні певних видів діяльності або наданні послуг, підвищують професіоналізм у цій сфері, що дозволяє на виході мережі мати більше якісну й конкурентоспроможну за ціною продукцію (послуги).

Метою створення та функціонування мережі визнається формування стійкості, у тому числі за рахунок використання ефекту синергії та довготривалих партнерських зв'язків. Основним об'єктом аналізу стають відносини між суб'єктами, якість яких (довіра, задоволеність, ефективність комунікацій і т. п.) і визначає стійкість мережі.

Практичним прикладом даного теоретичного підходу стало поширення різноманітних підприємницьких мереж – формальних і неформальних утворень (об'єднань) різних за своїм юридичним статусом суб'єктів господарювання, управління якими здійснюється з одно-

го центру, в інтересах одного власника (групи власників) чи зацікавлених осіб. Основою їх довготривалого існування (життєздатності) є використання усіх видів синергічних ефектів, які при цьому виникають, в інтересах як учасників, так і зовнішнього оточення.

9. Системно-інтеграційна теорія. Однією із сучасних і достатньо перспективних за своїм потенціалом розвиту теорій фірми, яка увібрала в себе кращі напрацювання попередників, є системно-інтеграційна теорія підприємства російського дослідника Г. Б. Клейнера (2005) [8].

Відповідно до цієї теорії визнається, що: 1) підприємство є багатовимірною та мультипросторовою системою, тобто може розглядатися як елемент багатьох просторів – сукупності юридичних осіб, виробничих колективів, ресурсів і технологій тощо; 2) має місце прямо-зворотній взаємозв'язок між підприємством і зовнішнім середовищем, тобто підприємство, знаходячись під постійним впливом елементів зовнішнього середовища, у той час може впливати на нього; 3) внутрішнє та зовнішнє середовище підприємства являють собою складні багатовимірні системи; 4) пріоритетне значення для успіху підприємства мають інформаційно-когнітивні аспекти взаємодії «зовнішнє – підприємство», тобто збір, аналіз, усвідомлення інформації про зовнішнє середовище для прийняття відповідних рішень агентами внутрішнього середовища; 5) метою функціонування підприємства є його самозбереження та розвиток шляхом пошуку, удосконалення (або розв'язання) системних дисфункцій у взаємовідносинах «підприємство – зовнішнє середовище», які визнаються джерелами розвитку, провокаторами інноваційних змін.

Відповідно до теорії підприємства Г. Б. Клейнера **сучасне підприємство** – це суверенне (незалежне), поліфункціональне (виконує різноманітні функції – від економічної до соціальної), полісуб'єктне (діяльність підприємства є результатом координації дій та рішень різноманітних суб'єктів), соціально відповідальне утворення, яке має власні інтереси, мотивацію та поведінку, здійснює інтенціональне функціонування (розробляє та реалізує власні плани), спрямоване на довгострокову життєздатність (збереження себе як юридичної особи) і розвиток.

Основними принципами системно-інтеграційної теорії підприємства є: принцип суверенності, поліфункціональності (підприємство виконує цілий набір функцій – від економічних до соціальних), багатофакторності функціонування, полісуб'єктності (діяльність підприємства є результатом координації дій різних суб'єктів, що є автономними й відрізняються специфічністю когнітивних процесів, що визначають бачення й поведінку суб'єктів), автономності інтересів підприємства (не може бути зведена до інтересів інших суб'єктів), інтенціональності (плановості) функціонування, відтворюваності та збалансованості ресурсів, внутрішній консолідації й координації, ринковій мотивації, сприйняття й врахування ринкових сигналів, соціальної відповідальності.

Проведений аналіз еволюції теорії фірми, дозволяє констатувати, що в межах кожного підходу використо-

вується власний підхід до аналізу фірми (підприємства), власна методологія до пояснення його природи й визначення цільової функції. Домінуючим у теперішній час є інституціональний підхід та його чисельні різновиди (еволюційна теорія, агентська модель, контрактна модель, теорія корпорації Гелбрейта та інші), які у сукупності формують теоретичне обґрунтування нового погляду на суть підприємства, його призначення та мету діяльності.

Об'єднання людей для створення підприємств (інститутів) – це процес, обумовлений людським бажанням уникнути потенційних ризиків або омани, гарантувати собі безпеку трансакцій, а не тільки їх більш низьку вартість. Інститути мають сприяти зниженню ризиків у зовнішньому середовищі й гарантують безпеку вкладення капіталу, трудових чи інтелектуальних ресурсів, виконання певних очікувань індивідів, задоволення їхніх потреб і одержання певних цінностей, на які вони розраховують.

Підвищення соціальної відповідальності підприємства перед суспільством вимагає розвитку не тільки зовнішнього інституціонального середовища для контролю за діяльністю підприємства, але й розвитку внутрішнього інституціонального середовища для забезпечення соціально відповідального прийняття рішень менеджерами підприємства. Для забезпечення більш гнучкого й адекватного реагування на зміну умов зовнішнього середовища й інтересів стейкхолдерів, включаючи суспільство в цілому, на підприємствах мають створюватися відповідні внутрішні інституціональні структури, розроблюватися адекватне методологічне забезпечення їх діяльності.

Проведення дослідження генезису теорій фірм дозволяє констатувати, що загальним напрямком, в якому відбувається еволюція, є перехід від короткострокових цілей в інтересах однієї особи (групи осіб) – власника (моноприватне фінансове спрямування) до довготривалих цілей в інтересах усіх інститутів (агентів) внутрішнього та зовнішнього середовища (мультиколегіальне соціальне спрямування). Відповідно принципово змінюються цільові характеристики: від орієнтації виключно на фінансовий результат (прибуток) підприємство переходить до розуміння важливості досягнення (забезпечення) більш важливих та, відповідно, складних для виміру та управління характеристик – стійкість, життєздатність, розвиток.

Засобом консолідації та координації внутрішніх підсистем підприємства та забезпечення гармонізації взаємовідносин із зовнішнім середовищем, реалізації базової фундаментальної, органічно притаманної мети – життєздатність та розвиток – і виступає **економічне управління підприємством**.

Економічне управління підприємством пропонується визначати як інтегруючий та координуючий вид управління, основною метою якого є гармонізація управлінських цілей (визначених в окремих видах спеціального управління) та підпорядкування їх загальній меті існування підприємств – забезпеченню довгострокового стійкого функціонування (життєздатності).

Ознаками життєздатності є спроможність до виживання (наслідок адаптивності фірми до стану зовнішнього середовища) і розвиток (використання нових можливостей), які обумовлюються зовнішнім середовищем за рахунок відповідної реструктуризації внутрішнього середовища (потенціалу).

Метою економічного управління визнано забезпечення максимізації (зростання) цінності підприємства для усіх груп стейкхолдерів, тобто покупців, персоналу, суспільства та власників підприємства. Таке цілевизначення економічного управління відповідає загальній переорієнтації системи менеджменту від виробничо-орієнтованого (максимальне використання можливостей виробничої системи), фінансово-орієнтованого підходу (максимізація прибутку у коротко- та довгостроковій перспективі) на ціннісно-орієнтований підхід.

Досягнення мети, що забезпечується налагодженням **функцій економічного управління**, є цілеспрямований вплив на визначені об'єкти управлінських зусиль, якими визнані:

1) управління результатами економічної діяльності, у т. ч. у розрізі видів операційної, інвестиційної та фінансової діяльності, які здійснює підприємство;

2) управління економічними ресурсами (у т. ч. управління матеріальними, фінансовими, трудовими, нематеріальними ресурсами), що створює передумови для управління економічним потенціалом підприємства (формування та реалізація);

3) управління інтегральними характеристиками стану підприємства – конкурентоспроможністю, клієнтською та інвестиційною привабливістю, кредитоспроможністю, фінансово-майновим станом (у т. ч. діловою активністю, ефективністю, ліквідністю та платоспроможністю), економічною стійкістю та безпекою.

ВИСНОВКИ

Таким чином, запропоноване нами трактування змісту, мети та функцій економічного управління підприємством відповідає найсучаснішому розумінню призначення та ролі підприємства, сформовано з урахуванням еволюції теорії фірми. Визначені складові елементи системи економічного управління забезпечують практичну реалізацію концептуальних положень інституційного підходу та похідних теорій у діяльності конкретного підприємства. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. **Coase R. H.** The nature of the firm. *Economica* / R. H. Coase. – N.S., 1937. Vol. 4. Nov.
2. **Саймон Г.** Теория принятия решений в экономической теории и науке о поведении / Г. Саймон / В кн.: Теория фирмы. – СПб.: Экономическая школа, 1995. – С. 55.
3. **Cyert R. M.** A behavioral theory of the firm. Englewood Cliffs / R. M. Cyert & J. G. March. – NJ: Prentice-Hall, 1963. – 332 p.
4. **Коуз Р.** Фирма, рынок и право. **Уильямсон О. И.** Логика экономической организации // Природа фирмы.. – М.: Дело, 2001. – 360 с.

5. **Гэлбрейт Дж.** Новое индустриальное общество / Дж. Гэлбрейт / Пер. с англ. под общ. ред. Н. И. Иноземцева. – М.: Прогресс, 1969.

6. **Зак С.** Эволюционная теория организации / С. Зак // Проблемы теории и практики управления. – 1998. – № 1. – С. 88.

7. **Ромашкина Г. Ф.** Сетевые компании и конкурентоспособность: теория и модели. / Г. Ф. Ромашкина // Известия Международного института финансов, управления и бизнеса. Вып. 2. – Тюмень: Изд-во «Вектор Бук». Тюмень, 2005. – С. 251 – 257.

8. **Клейнер Г. Б.** Роль предприятий в современной экономике / Г. Б. Клейнер / В кн.: Введение в институциональную экономику / Под ред. Д. С. Львова. – М.: Изд-во «Экономика», 2005. – С. 350.

REFERENCES

- Coase, R. H. "The nature of the firm." *Economica*, vol. 4 (1937).
- Cyert, R. M., and March, J. G. *A behavioral theory of the firm Englewood Cliffs*. NJ: Prentice-Hall, 1963.
- Gelbreyt, Dzh. *Novoe industrialnoe obshchestvo* [The New Industrial State]. Moscow: Progress, 1969.
- Kouz, R. "Firma, rynek i pravo" [The firm, the market and the right]. In *Priroda firmy*. Moscow: Delo, 2001.
- Kleyner, G. B. "Rol' predpriyatii v sovremennoy ekonomike" [The role of business in the modern economy]. In *Vvedenie v institutsionalnuiu ekonomiku*, 350. Moscow: Ekonomika, 2005.
- Romashkina, G. F. "Setevye kompanii i konkurentosposobnost: teoriia i modeli." [Network companies and competitiveness: theory and models.]. *Izvestiia Mezhdunarodnogo instituta finansov, upravleniia i biznesa*, no. 2 (2005): 251-257.
- Saymon, G. "Teoriia priniatiia resheniy v ekonomicheskoy teorii i nauke o povedenii" [Decision theory in economics and the science of behavior]. In *Teoriia firmy*, 55. St. Petersburg: Ekonomicheskaya shkola, 1995.
- Uiliamsn, Oliver I. "Logika ekonomicheskoy organizatsii" [The logic of economic organization]. In *Priroda firmy*. Moscow: Delo, 2001.
- Zaks, S. "Evolutsionnaia teoriia organizatsii" [Evolutionary theory of organization]. *Problemy teorii i praktiki upravleniia*, no. 1. (1998): 88.