

М.В. БЕЛОУСЕНКО,
Донецкий национальный технический университет

ОБ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЫНКОВ

Р.Коуз в предисловии к книге "Фирма, рынок, право" указал на отсутствие важного несущего элемента экономической науки – теории рынка [3]. Он отметил, что не смотря на длительные исследования работы этого экономического института, его роль не менее туманна, чем роль фирмы. Для Коуза это объясняется тем, что хотя рынки представляют собой институты, существующие для облегчения обмена, то есть сокращения трансакционных издержек, неоклассическая теория предполагает, что трансакционные издержки не существуют и поэтому рынкам нечего делать в ее составе.

Такое мнение подтверждают и другие авторы. Хотя многие из них выделяют рынок как экономический институт, но М.Сойер отмечает, что не только на уровне экономических словарей, но и в учебниках (западных) нет его определения¹ [23, р.21]. Отсутствие определения свидетельствует о серьезном концептуальном "провале" экономической теории, так как она является по преимуществу теорией индустриально-рыночной (капиталистической) экономики и без рассмотрения сущности рынка она лишается почвы под ногами [22], [23].

Если же исходить из более узких потребностей решения вопроса о природе фирмы, поставленного самим Р.Коузом, и в целом построения теории экономической организации, то и здесь до конца прояснить "природу" фирмы не удастся до тех пор, пока не станет возможным определить независимо "природу" рынка. В неинсти-

туциональной теории (НИЭТ) решение проблемы фирмы сводится к определению эффективности в плане экономии (трансакционных) издержек "фирмы" и "рынка" как механизмов координации одних и тех же трансакций, по мере изменения которой возможно замещение (взаимопереход) одного в другой. Поэтому сущность обеих механизмов неразрывно связана, и "внутренняя" природа фирм раскрывается через недостаточную эффективность (провалы) природы рынка. Отсутствие же теории последнего как раз и мешает определить институциональную природу экономической организации.

Целью данной работы является критическое рассмотрение неоклассического и неинституционального подходов к определению сущности рынка и рассмотрение его эффективности как института индустриальной экономики.

Неоклассическая теория (А. Маршалл, Ф. Хайек и др.) рассматривает рынок как совокупность автономных агентов (производителей и потребителей), движимых личным интересом и связанных через рыночные трансакции. Точнее рынок в неоклассике представляет собой совокупность добровольных сделок обмена между атомарными субъектами, которые преследуют цель максимизации индивидуальной полезности [23, р.27-28]. Основными субъектами обменных сделок (трансакций) являются фирмы-производители и потребители. Потребители и фирмы мало чем отличаются друг от друга. Хотя фирмы максимизируют прибыль, а потребители – индивидуальную полезность, но поведение первых моделируется на основании теории потребительского поведения (меняются ограничения и цель), и внутренняя структура не рассматривается, то есть фирма трактуется как монолитный индивид [19]. Как утверждал Ф.Махлуп, фирма в не-

¹ В целом большинство авторов трактует рынок как обмен товарами и услугами [22, р.1]. Так, Мосс [21, р.38], П.Буксманн и Д.Гебауер [10, р.3-4] определяют его как множество продавцов и покупателей взаимозаменяемых товаров и множество посредников между ними, Э.Розенбаум полагает, что рынок – это добровольный, регулярный и конкурентный обмен [22, р.19-20], а Фури трактует его как физическое и социальное пространство, на котором товары и услуги обмениваются между покупателями и продавцами [13].

классике – не более, чем умозрительная конструкция, помогающая объяснить изменения объемов производства и цен [5, с.82,84]. Соединяет потребителя и производителя единственный посредник информационного характера – унифицированная цена, возникающая на основании колебаний спроса и предложения² [23, р.22-25]. Унифицированная цена – это предпосылка и следствие стремления рынков к общему равновесию: если бы не было однородности цен, то не было бы возможности осуществлять сбор информации об однородных товарах мгновенно. Установление же общего равновесия, выравнивание спроса и предложения на всех рынках дает как раз то прекращение каких-либо обменов, которое и характеризуется единой ценой, в ином случае у собственников ресурсов существовал бы стимул перемещать капиталы и труд между отраслями, дающими разные прибыли [23, р.21-28]. Направленность на общее равновесие всех отдельных рынков ведет к эффективному распределению ограниченных общественных ресурсов. Поэтому рынок как децентрализованный тип отношений в неоклассике считается наиболее эффективным механизмом аллокации ресурсов общества [11, р.8].

НИЭТ во многом сохранила неоклассическое представление о рынке, добавив к нему своеобразное трение – издержки трансакций. Трансакционные издержки скорее искажают беспрепятственное действие рыночных сил, движущихся к общему равновесию, нежели меняют саму природу меновых отношений между агентами. Х.Демсец, например, не без оснований утверждал, что *laissez-fair* – это совершенная конкуренция плюс трансакционные издержки [8, с.147].

Однако институциональное представление об источниках трансакционных издержек все-таки обеспечивает теории более глубокое понимание экономических процессов. В неоклассике экономическая

система (рынки) работает как своеобразный технический агрегат, основными параметрами функционирования которого являются цены и объемы производства. В НИЭТ же Коуза и Уильямсона причины возникновения институтов, фирм в том числе, имеют более тесное отношение к "человеческому" измерению экономической деятельности, то есть к поведенческим и познавательным особенностями экономических агентов.

Среди трех фундаментальных причин, определяющих в теории О.Уильямсона возникновение фирмы, две являются параметрами "человеческой природы" – ограниченная рациональность и оппортунизм. Фирма в его концепции – это механизм управления, обеспечивающий экономии на ограниченной рациональности, одновременно защищающий транзакции от угрозы оппортунизма" [24, р.46-47]. Не смотря на недостатки этой концепции, она совершенно справедливо анализирует принципиальные причины появления трансакционных издержек, а не рассчитывает их абсолютный уровень³. Смысл такого подхода в том, что он признает тот факт, что отношения людей (в НИЭТ – трансакции) порождают особые проблемы, которые в конечном итоге могут быть зафиксированы через сумму вытекающих из них издержек, а значит повлиять на общую эффективность избранного способа координации, в том числе и рынка.

Следовательно, если мы хотим анализировать природу рынка, его эффективность как института, а не технического агрегата, нам необходимо исследовать те отношения и проблемы, которые возникают между индивидами, связанными сделками обмена, а не только процесс формирования

² Предполагается, что никакой разницы в распределении рыночной власти нет, а если таковая есть, то это уже свидетельствует о несовершенствах ("провалах") рынка.

³ Абсолютный уровень издержек трансакций, которые являются издержками экономических отношений, в силу их "человеческой" природы невозможно никогда точно рассчитать. С этой точки зрения, Уильямсон уходит от кардиналистского их понимания и предлагает ординалистское, основанное на сравнении уровней трансакционных издержек. Это аналогично отказу микроэкономики от расчета абсолютной величины предельной полезности потребителя и переход к сравнению уровней полезности в форме кривых безразличия.

рыночной цены. Это, в свою очередь, предполагает рассмотрение стимулов деятельности экономических агентов, степени согласованности их взаимодействий, результативности взаимодействий, накапливаемых опыта и знаний в рамках данной формы взаимосвязи.

В этом плане НИЭТ в лице Уильямсона полагает, что "рынок" и "фирма" отличаются силой стимулов к осуществлению кооперационных действий: рынок создает сильные стимулы (high-powered incentives), а фирма – слабые (low-powered incentives) [7, с.220-267]. Связано это с тем, что рынок четко и однозначно привязывает результат деятельности субъекта (прибыль, выручку) к самому субъекту (развитие или банкротство). Фирма же, в попытке погасить оппортунизм, вводит формы оплаты труда, привязанные скорее к месту человека в самой фирме (стаж, место в иерархии управления), а не к конкретному результату. Также в "команде" невозможно точно измерять предельный продукт каждого работника и вознаграждать в соответствии с его вкладом в общий результат [9, р.778-781]. Кроме того, в фирме появляется бюрократическая инерция, что в конечном итоге останавливает рост эффективности данного механизма координации, балансируя его границы и границы рынка [7, с.220-267]. Тем самым, НИЭТ как бы сохраняет "превосходство" (первичность) рынка над другими институтами, унаследованный ею из неоклассики, хотя и указывает на некоторые отличия в поведении и отношениях индивидов, координация деятельности которых осуществляется обоими механизмами.

Попробуем следовать за логикой неоклассики и НИЭТ и решить, действительно ли это так. Какие характеристики есть у рынка, кроме того, что это товарный обмен между автономными, независимыми, рациональными субъектами? Прежде всего, когда говорят о рынке, предполагается наличие конкуренции. Она происходит между производителями полуфабриката a_i , входящего в состав конечного потребительского блага A , за покупателя, дающего максимальную цену, и между покупателями за наиболее выгодные условия

покупки (минимальную цену=наиболее выгодного производителя). Этот покупатель – либо конечный потребитель, либо сам производитель следующего полуфабриката a_{i+1} . Следовательно, каждая фаза производства любого продукта состоит из множества производителей одного полуфабриката, то есть схожих, приблизительно однородных продуктов. Множество производителей a_i , составляющих каждую фазу или отрасль, являются одновременно покупателями полуфабриката a_{i-1} для производства своего продукта в отрасли, расположенной дальше от конечного потребителя, и продавцами субъектам последующей стадии-отрасли a_{i+1} . В результате торгов заключается контракт поставки продукции⁴.

В ходе торгов, сопровождающих трансакции обмена автономных субъектов, производства и потребления, производитель полуфабриката a_{i+1} не контролирует процесс производства (труда) своего контрагента a_i , но только конечное качество продукта и цену. То есть он, в конкуренции с другими представителями фазы a_{i+1} , за полуфабрикат a_i видит и оценивает лишь *конечные параметры* производства своих контрагентов. А таковыми является цена и качество продукта a_i , но не процесс его создания, не стимулы, напряженность труда и степень использования оборудования, каким бы они ни были.

Попробуем оценить эффективность рынка как кластера описанных выше экономических отношений, а учитывая наличие рыночных норм и правил (хотя бы контрактов) и института. Доведем до предела логику НИЭТ и предположим, как делает Уильямсон [7, с.342-343], что операция a_i осуществляется одним индивидом, заключающим контракты обмена с субъектами, выполняющими операции a_{i-1} и a_{i+1} . В этом случае, в случае, когда все общество состоит *только* из автономных субъек-

⁴ "...конкуренция рассматривается, согласно Г.Зиммелю, как форма непрямого конфликта, который не направлен на оппонента, но состоит из усилий, идущих параллельно и направленных на опережение оппонента путем предложения вариантов обмена, приемлемых для других покупателей и продавцов" [22, р.17].

тов товарного обмена и каждая стадия производства "принадлежит" одному индивиду, рынок как способ организации и координации деятельности будет и единственным способом производства всех продуктов. Насколько производительным ("эффективным") будет такой способ координа-

ции хозяйственной деятельности, сможет ли он длительное время функционировать сам по себе? Сможет ли он осуществлять массовое производство современного типа, основанное на постоянных продуктовых и технологических инновациях?

Таблица 1.

**Основные параметры рыночных отношений
(неоклассический и неинституциональный подходы)**

| Индивиды | Отношения | Свойства отношений |
|---|--------------------------------|--|
| Автономные, независимые, равные, цель – максимизация индивидуальных параметров (полезности, дохода, производительности) | Конкуренция, контрактный обмен | Отсутствие контроля за процессом производства (труда) контрагентов, в ряде отношений – трансакционные издержки |

Мы сказали, что рынок, как и любой другой механизм координации, должен создавать особые стимулы для субъектов, деятельность которых он координирует. Эти стимулы, пройдя через сознательную оценку индивидов, окрасившись эмоциями и превратившись в самостоятельные ценности, должны привести к напряженному труду и устойчивому, тесному взаимодействию с другими автономными агентами, как раз и дающему продукт высокого качества с низкими издержками.

Вопрос теперь, однако, упирается в структуру совместной (кооперативной) деятельности, которая координируется рынком: что нужно координировать? Реальная рыночная конкуренция представляет собой процесс создания устойчивых конкурентных преимуществ [6, с.134-135], [17, р.75-84]. Конкурентные преимущества – это особые процессы, которые согласно ресурсно-ориентированному подходу, могут быть получены только в "команде" объединившихся и сознательно координирующих свою деятельность индивидов, то есть организации. Они повышают производительность определенной "команды" (организации, фирмы) относительно других, позволяя сохранять или увеличивать долю рынка и прибыль. Эти процессы неоклассическая теория называет "внутренней экономией" (internal economies) и, как правило, не анализирует из-за нежелания

рассматривать внутреннюю структуру экономической организации.

Внутренняя экономия рождается из (1) изменения интенсивности использования ресурсов, (2) рекомбинирования ресурсов (например, изменение сочетания рабочей силы и средств производства), изменения их количества, (5) введения новых технологий [1, с.21]. Эти виды внутренней экономии требуют, во-первых, накопления знаний о том, как повышать внутреннюю производительность в организации, во-вторых, координации совместной деятельности специализированных агентов для воплощения в жизнь этих знаний и, в-третьих, обеспечения процессов инноваций для создания новых технологий и форм координации.

Представим, что несколько автономных, независимых неоклассических индивидов, например, восемнадцать человек, как в булавочной мануфактуре А.Смита, выполняющих восемнадцать технологических операций производства товара A ($a_{i-9}, a_{i-8}, \dots, a_i \dots a_{i+8}, a_{i+9}$) взаимодействуют только путем заключения индивидуальных контрактов обмена и решают сознательно, рационально осуществлять координацию своей деятельности для того, чтобы получить рост производительности (снижение издержек) относительно команды других восемнадцати человек, производящих тот же продукт.

Координация деятельности, в том числе научно-исследовательской, организация получения новых знаний требует тесной и рациональной состыковки, согласования действий восемнадцати специализированных работников, и вот тут-то и возникает проблема рынка как источника особых мотивов, "поведенческого" механизма координации, ведь для достижения указанных целей необходимо (а) желание индивидов все это осуществлять и (б) интегрированность их целей и желаний в единое целое для получения максимальной согласованности в осуществлении всей сложной внутрикомандной деятельности, то есть возникает сложная проблема рыночных стимулов⁵. Может ли рынок автоматически создавать стимулы, чтобы обеспечить совместное производство?

1. Предельная автономность агентов означает, что любой вид деятельности, необходимый для получения новой структуры издержек, будет осуществлен только в том случае, если агенты сознательно и рационально калькулируют выгоды от этого и собственно хотят/не хотят этого делать. Часть видов деятельности, скажем, не очень заметное повышение интенсивности труда, может быть осуществлено самостоятельно,

⁵ Если даже рациональные, автономные агенты изначально *сами по себе* видят и рационально оценивают выгоды от кооперации, то есть им как бы ничего выявлять не надо, они все знают заранее, предполагать уровень их знаний (познания технологий и рынков) неизменным в дальнейшем – значит считать их всемогущими и всеведущими, что противоречит реальности. Следовательно, необходима научно-исследовательская и экспериментальная деятельность с соответствующей координацией. Надо учесть также, что создание инноваций, согласно В.Лацонику, является по природе своей процессом коллективным, длительным и неопределенным, что делает задачу координации очень сложной [18, р.7-11]. Важно понять, что НИЭТ, при всех своих претензиях на расширение границ неоклассической теории, трактует сам процесс производства в неоклассическом стиле, то есть как основанный на неизменных технологиях при отсутствии инноваций. Мы же говорим о значительно более сложном понимании производства, которое много ближе стоит к действительности и в которой есть инновации, изменения структуры экономической деятельности, открытие новых технологий, неопределенность рынков и т.д.

а вот долгосрочная интенсификация или перестановка рабочего места, выбор иного оборудования для работы, будучи полностью оправданными с точки зрения коллективной выгоды, но будут приняты только тогда, когда пройдут через сито индивидуальной калькуляции всех выгод и издержек каждым агентом. Как пойдет это процесс оценки, куда повернется вектор поведения *i*-го атомарного субъекта неизвестно, поэтому неизвестно, будет ли предпринято такое действие отдельными субъектами, даже если все остальные 17 членов команды видят его выгодность. В конечном итоге, извлечение внутренней экономии затрагивает непосредственно жизнь и доходы каждого из них и они просто могут не хотеть по отдельности того, что кажется выгодным для всей группы.

2. Автономность подразумевает также то, что накопление новых знаний, необходимых для выявления внутренних выгод, идет только от персональной заинтересованности в этом каждого агента, тогда как само по себе оно, особенно учитывая потребность в активных инновациях, которые в принципе могут осуществляться только коллективно, подразумевает тесно согласованную, напряженную совместную теоретическую, экспериментальную, производственную и сбытовую деятельность. Возможно ли это, когда на каждом этапе этой работы вероятен отказ, выход рационально ведущего себя субъекта, по какой-либо причине считающего, что ему это не выгодно и поиск других контрагентов, ведущий к рассеиванию накопленных знаний? Это также касается и скорости передачи необходимой информации между всеми субъектами команды, которая должна как бы перемещаться через "границы" воли и заинтересованности каждого самостоятельного субъекта рыночных торгов.

3. Из-за того, что покупатели не контролируют непосредственный процесс производства (труда) своих продавцов, горизонт планирования ими собственных действий, то есть принятия стратегических решений, явно не может быть очень большим. Во-первых, они толком не знают, какой продукт и в каких количествах они смогут

найти на рынке и по какой цене в тот или иной момент времени, и во-вторых, они не могут точно определить количество (связанное с ценой, то есть издержками продавца) и качество его полуфабриката. И они не могут никак воздействовать на эти параметры, практически лишь принимая их как данность или же выходя из торгов в поисках нового поставщика.

4. В пределах команды рыночных агентов, совместно координирующих свою деятельность, единственным возможным вариантом согласования изменений параметров будет перезаключение контрактов и их переписывание в каждом конкретном случае, что согласно Коузу, вызывает рост транзакционных издержек [3]. Но даже если они будут принимать решения оперативного и тактического характера в рамках общего собрания (завершая его подписанием индивидуальных контрактов обмена), то из-за отсутствия специализации на сборе информации (новых знаний) и принятии решений, конкурентные преимущества получить будет нельзя. Введение же такой специализации (асимметрии получения информации и принятия решений) приведет к трансформации группы в менеджерскую фирму [2].

5. В условиях самонаправленности (self-seeking) агентов, постоянного поиска ими личной выгоды, в том числе в форме добровольного "выхода" из команды не возникает интегрированность, направленность воли и интересов всех ее субъектов на достижение единой коллективной цели – конкурентного преимущества по отношению к другим командам. Рынок не генерирует лояльность в команде специализированных производителей, выход (разрыв контракта и поиск новых продавцов-покупателей) как метод указания на свое несогласие с целями команды разрушает всю команду, лишая ее каких-либо общих целей, внося заранее дух недоверия и создавая атмосферу формальности [23, p.35-36].

Таким образом, мы можем с большой вероятностью констатировать, что рынок как способ координации совместной хозяйственной деятельности, как способ производства, не может обеспечить, во-

первых, автоматическое создание стимулов для выявления всех вариантов внутренней экономии для обеспечения конкурентных преимуществ, в том числе осуществлении, интенсивных инноваций и во-вторых, не может обеспечить достаточный уровень интеграции всех субъектов отношений (лояльности) для максимально быстрого и наиболее глубокого осуществления этого по существу коллективного процесса. Это означает невозможность получения продукта, который сегодня производится только крупными и средними организациями: фирмами, корпорациями.

Поэтому рынок может быть оценен как источник определенных издержек, связанных с затруднениями передачи информации, скоростью реакции и создания конкурентных преимуществ. Определяется это именно формой отношений, тем, какие индивиды участвуют в отношениях: автономные, независимые, конкурирующие субъекты, не контролирующие процесс труда своих контрагентов. Эти издержки фактически являются "динамическими транзакционными издержками", понятие которых было введено в теорию Р.Ланглюа и П.Робертсоном для анализа процессов вертикальной интеграции и с целью критики НИЭТ. Динамические транзакционные издержки – это издержки "...убеждения, переговоров, координирования и обучения внешних поставщиков в условиях экономических изменений и инноваций" [14, p.35]. Все, что мы перечислили выше как недостатки рынка, как раз и представляет собой трудности в согласовании деятельности самостоятельных, то есть самостоятельно выбирающих цели и направленность деятельности, степень напряженности труда, тесноты отношений с другими, субъектов. Преодоление их самостоятельности требует затрат времени, снижает скорость создания конкурентных преимуществ и делает команду неустойчивой, собственно состоящей из отдельных атомарных агентов, готовых в любой момент разорвать отношения, а не из членов единой "команды". Поэтому рынок не может обеспечить высокой производительности современного типа и должен быть замещен как способ производства

иными механизмами координации труда.

Идею о том, что рынок в принципе не может справиться с производством многих товаров и услуг уже давно отстаивают представители так называемого ресурсно-ориентированного подхода в теории фирмы. Так, Медхок считает, что: "...причина, по которой деятельность осуществляется в рамках фирмы – не провалы рынка (то есть не издержки рыночных трансакций), а скорее успех фирмы: фирма как институт обладает "организационными преимуществами", которые позволяют ей организовывать деятельность в той форме, в которой рынок этого сделать просто не может... Та особая форма, в которой фирма управляет своими ресурсами и способностями, может обеспечивать высшую производительность и функционировать как устойчивый источник конкурентных преимуществ"[20, р.536]

Тис, Писано и Шуен утверждают, что: "Ключевым моментом, однако, является то, что достоинства внутренней организации не могут быть воспроизведены набором бизнес-единиц, сведенных вместе лишь посредством формальных контрактов, равно как многие отличительные элементы внутренней организации просто не могут быть воспроизведены в рамках рыночной организации" [6, с.150-151]. Таким образом, мы не можем трактовать рынок как источник высокой производительности, необходимой для обеспечения современного массового производства⁶.

Можно утверждать, что рынок эво-

люционно, как механизм координации, который когда-то и мог конкурировать с фирмой, давно уступил ей роль генератора продуктов и услуг, оставив за собой лишь роль связующего звена, передающего информацию и обеспечивающего распределение стоимости. Фирма же, как мы показали в [4], обеспечивает высокую производительность за счет замещения рыночных отношений устойчивыми организационными, создания особой атмосферы интеграции и лояльности, рационального построения системы мотивации, обеспечивающей данное замещение. Поэтому в реальности тезис НИЭТ о фирме как источнике слабых, а рынке – сильных стимулов, должен быть отвергнут. Наоборот, фирма – источник сильных стимулов, а рынок – слабых. Он не может соперничать с организацией по производительности. Как ни странно, рынок невозможно понять без дихотомии "рынок-фирма", но совсем не потому, что фирму можно вывести только из провалов рынка. Наоборот, рынок нужен в качестве механизма координации производства, осуществляемого только в рамках фирм и без которого рынку нечего распределять⁷. Поэтому он не может быть способом производства, но замещается иными, сохраняя роль механизма селекции самих производственных единиц и распределителя произведенных ими товаров и услуг.

Литература

1. Белоусенко М.В. Организационная конкуренция // Вестник экономической науки Украины. – 2(8). – 2005. – с.18-29
2. Белоусенко М.В., Дементьев В.В. Иерархия экономической организации: генезис "центрального контрактного агента" // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: Збірник наукових праць. Суми, 2004, Т.11, с.163-172.

⁶ Однако неспособность рынка создавать высокую производительность имеет степень своего проявления. Иногда агенты, связанные рыночными трансакциями обмена, все же учатся осуществлять координацию и инновации совместно и им в силу ряда локальных обстоятельств удается поддержать высокую интегрированность, лояльность друг к другу, и возникают целые районы с преобладанием мелкого и мельчайшего, практически "безфирменного" производства, типа "индустриальных районов" (Industrial District) в Италии и даже новой "домашней промышленности" (putting-out system) [15], [16]. В этих случаях индивидам удается обеспечить устойчивость контрактных отношений с высоким уровнем доверия друг к другу, легким трансфертом информации, гибкостью и инновациями. Однако это лишь нишшевые секторы экономики.

⁷ "...рынок, в отличие от фирмы, не может производить. Следовательно, рыночные отношения могут лишь соединять фирмы (производственные единицы)... рыночные отношения есть ни что иное, как отношения между уже существующими фирмами (или между такими фирмами и потребителями). Обычно, без фирм, которые производят, нет продукта, который должен перемещаться и распределяться рынком" [12, р.44]

3. Коуз Фирма, рынок и право. – М.: "Дело ЛТД", "Catallaxy", 1993. – 192 с.
4. Лукша П., Белоусенко М. Экономическая организация: на пути к синтетической теории // Вопросы экономики, 2006 (готовится к печати)
5. Махлуп Ф. Теории фирмы: маржиналистские, бихевиористские и управленческие / Вехи экономической мысли. Теория фирмы. / Под ред. В.М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 1995. – с.73-93
6. Тис Д., Пизано Г., Шуен Э. Динамические способности фирмы и стратегическое управление // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета, серия 8 "Менеджмент". – 2003. – Вып.4 (№32). – с.133-171
7. Уильямсон О. Экономические институты капитализма: фирмы, рынки, "отношенческая" контрактация. – СПб: Лениздат; CEV Press, 1996. – 702 с.
8. Эггертссон Т. Экономическое поведение и институты. – М.: Дело, 2001. – 408 с.
9. Alchian A., Demsetz H. Production, Information Costs, and Economic Organization // American Economic Review. – 1972. – 62. – p.777-795
10. Buxmann P., Gebauer J. Internet-based intermediaries - the case of the real estate market / (<http://groups.haas.berkeley.edu/citm/publications/papers/ecis98-buxmann-gebauer.pdf>)
11. Demsetz H. The Economics of the Business Firm: Seven Critical Comments. – Cambridge, Cambridge University Press, 1995. – 179 p.
12. Fourie F. In the Beginning There Were Markets? / Transaction Costs, Markets and Hierarchies / Ed. by C.Pitelis, Blackwell, Oxford, 1993. – p.41-65
13. Fourie, F. The Nature of the Market: A Structural Analysis / Rethinking Economics - Markets, Technology and Economic Evolution / Ed. by G.Hodgson and E.Screpanti. – Aldershot: Edward Elgar, 1991. – p.40-57.
14. Langlois R., Robertson P. Firms, Markets and Economic Change: A Dynamic Theory of Business Institutions. – London: Routledge, 1995
15. Lazerson M. A New Phoenix?: Modern Putting-Out in the Modena Knitwear Industry // Administrative Science Review. – 1995. – V.40. – №1 (March). – p.34-59
16. Lazerson M., Lorenzoni G. The Firms that Feed Industrial Districts: A Return to the Italian Source // Industrial and Corporate Change. – 1999. – V.8. – №2. – p.235-266.
17. Lazonick W. Business Organization and the Myth of the Market Economy. – Cambridge, MA: Cambridge University Press, 1991. – 372 p.
18. Lazonick W. The Theory of Innovative Enterprise (www.insead.edu/lazonick/LazonickTheTheoryofInnovativeEnterpriseFeb2004.pdf)
19. Luksha P. Niche Construction: The Proposal for Reconsideration of Organization-Environment Interaction. – Paper presented at the European Network on Economics of the Firm Workshop, Rotterdam, 8-9 September 2005.
20. Madhok A. Reassessing the Fundamentals and Beyond: Ronald Coase, the Transaction Cost and Resource-Based Theories of the Firm and the Institutional Structure of Production // Strategic Management Journal. – 2002. – №23. – p.535-550
21. Moss S. Markets and Macroeconomics: Macroeconomic Implications for Rational Individual Behaviour. – Oxford: Blackwell, 1984.
22. Rosenbaum E. What is a Market? On the Methodology of a Contested Concept / (<http://www.econ.cam.ac.uk/seminars/realist/events/conf2000/papers/Download/R'baum.rtf>)
23. Sawyer M. The Nature and Role of the Market / Transaction Costs, Markets and Hierarchies / Ed. by Ch.Pitelis. – Blackwell, Oxford, 1993. – p.20-40
24. Williamson O. The Mechanisms of Governance. – Oxford University Press, 1996. – 429 p.

Статья поступила в редакцию 24.11.2005