

УДК 331.101.3.742

ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ ФИРМЫ – АЛЬТЕРНАТИВА НЕОКЛАССИЧЕСКОЙ ОРТОДОКСИИ

Давыдова И.А., к. э. н., доцент

Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина

В статье рассматривается одно из распространенных в современной экономической науке направлений теории фирмы, анализирующее процедуры принятия решений хозяйствующими субъектами в различных экономических ситуациях. Согласно этой теории принимаемое решение есть компромисс различных интересов и целевых установок, удовлетворяющих все заинтересованные стороны. Рассматриваются возможности применения выводов поведенческой теории фирмы в трансформационной экономике.

Ключевые слова: фирма, поведенческая теория, целевые установки, рутины

С конца XIX века ведущие позиции в экономической науке (mainstream) заняло неоклассическое направление, основу которого составил микроэкономический анализ. Важнейшими элементами такого подхода стали: теория потребительского выбора и теория фирмы.

Фирма в микроэкономике – это обобщающее понятие производственной единицы, принимающей решение по поводу максимизации целевой функции. В традиционной неоклассической теории фирмы ее целью является максимизация прибыли путем комбинирования объема производства и цен и минимизация издержек. В зависимости от структуры рынка меняются способы максимизации, но исходные параметры – объемы, цены – остаются неизменными. Манипулируя ими, фирма находит наиболее рациональный вариант стратегии, поступая так же, как предполагает модель «экономического человека». Действия ее полностью детерминированы условиями конкуренции, побуждающей фирму находить наиболее рациональные решения.

Однако в такой модели не учитывается фактор неопределенности, с которым приходится сталкиваться на реальном рынке, внутренняя организационная структура фирмы, внутрифирменные взаимоотношения. Все это делает неоклассический подход чрезмерно абстрактным и малопригодным для решения практических задач.

Это потребовало перехода на более конкретный уровень анализа, где фирма рассматривалась не как логическая конструкция, а как реальная хозяйственная организация. В связи с этим сложилось несколько концепций трактовки теории фирмы.

В менеджерской теории ведущая роль отводится управляющим, озабоченным не только максимизацией прибыли, но и увеличением объема продаж, ростом реальных активов, престижем фирмы. В этой модели менеджеры обладают такой же степенью рациональности и полнотой информации, как и «фирма» неоклассического образца. Относительная самостоятельность в принятии решений позволяет им ориентироваться на цели и задачи, отличные от максимизации прибыли.

Институциональная теория, напротив, рассматривает фирму как организацию, действующую в условиях неопределенности и неполноты информации. Она решает задачи

снижения трансакционных издержек, а также распределения прав собственности между владельцами ресурсов в целях их наиболее эффективного использования. По сути и здесь сохраняется методологический подход, трактующий фирму как рационального максимизатора. Такая модель восходит к работе патриарха неонституционализма Роберта Коуза «Теория фирмы» [1].

Но, пожалуй, наиболее активным оппонентом неоклассическому подходу на пути к более конкретному уровню анализа стала поведенческая теория фирмы.

Ее появление связано с формированием нового направления в исследовании экономических явлений, получившего название «поведенческой экономической теории». В противовес формализованным моделям неоклассики ее сторонники сосредоточились на эмпирической и экспериментальной проверке теоретических выводов, пытаясь проследить сам процесс принятия решений экономическими субъектами. Ими велись наблюдения процесса принятия решения конкретными фирмами в реальных условиях путем опросов, лабораторных экспериментов, построения компьютерных имитационных моделей. При этом выяснилось, что на экономическое поведение оказывают существенное влияние социальные и психологические факторы, особенности человеческой природы, которые не укладываются в рамки ортодоксальной экономической теории.

Проводимые сторонниками поведенческой теории прикладные исследования обнаружили серьезные противоречия между полученными результатами и постулатами традиционной экономической науки. Прежде всего это касалось модели «экономического человека» - рационального максимизатора, обладающего всей полнотой информации. Детальный анализ процедур принятия решений индивидуумом, группой, фирмой показал сомнительность, и даже несостоятельность стандартной модели поведения в условиях риска, неопределенности и неполноты информации. Это стало предпосылкой разработки новой концепции «ограниченной рациональности», у истоков которой был американский экономист Герберт Саймон [2].

Информация, которой располагает экономический субъект, не может быть столь исчерпывающей, чтобы обеспечить абсолютно рациональный выбор. Но и та информация, которая доступна субъекту, не может быть абсолютно рационально использована в силу ограниченности его счетных способностей. Осуществляя выбор, он стремится сэкономить свои интеллектуальные усилия и останавливается не на максимально рациональном варианте, а на первом удовлетворительном, соответствующем его уровню притязаний. Такой тип поведения зачастую оказывается более выгодным, чем трудные поиски оптимального решения. При этом оказывается удобным пользоваться привычным набором правил и норм поведения до тех пор, пока какой-либо внешний раздражитель не заставит кардинально изменить поведенческий стереотип.

Принципы поведенческого направления экономической теории нашли конкретное воплощение в поведенческой теории фирмы, своего рода манифестом которой стала книга с одноименным названием Р. Сайерта и Дж. Марча [3].

Фирма в данной концепции рассматривается как коалиция индивидов и подразделений, имеющих разные цели, не сводимые к общему варианту, поскольку никто не может навязать свою волю другим в силу разделения обязанностей.

Основными целями являются: объем продаж, уровень запасов, достаточный для обеспечения непрерывности производства, доля рынка, доступная фирме, величина и норма прибыли. В реализации каждой цели заинтересованы отдельные подразделения и участники коалиции, но достижение их всех одновременно невозможно, как в силу ограниченности бюджета, так и в силу противоречивости самих целей (например, увеличение объема производства может противоречить доле рынка и возможностям реализации продукции). Проблема должна решаться путем достижения консенсуса, когда на первый план выступает то одна, то другая цель, которые не максимизируются, а в силу ограниченной рациональности останавливаются на удовлетворительном уровне. Цели, таким образом, не

вытесняют друг друга, а сосуществуют благодаря, в частности, явлению, которое Сайерт и Марч называют «организационной расслабленностью». Фирма содержит и оплачивает сверх необходимого минимума даже те структуры, которые в данный момент не связаны с реализуемой целью. Факторы производства в данном случае не оплачиваются в соответствии с их предельной производительностью, а значит максимизация прибыли в принципе невозможна. Выбирается такая комбинация целевых установок, в которой каждая отдельная цель не максимизируется, а реализуется выбор, удовлетворяющий всех участников.

В ходе поиска решения перебираются различные варианты, выдвигаются идеи, большинство которых не реализуется (выбрасывается в «мусорную корзину», по выражению Марча). Принятое решение – это результат совпадения проблем, выбора и альтернатив. Остальные варианты ждут своего часа и при возникновении соответствующей ситуации извлекаются из «мусорной корзины».

Процесс принятия решения в поведенческой модели Сайерта-Марча предполагает: прогноз спроса на свою продукцию и возможную реакцию конкурентов, оценку издержек, выбор приоритетной цели, составление плана действий и проверка его на соответствие выбранной цели. Если план удовлетворяет поставленным задачам, его принимают, а в ходе осуществления корректируют.

Поиск и выбор удовлетворительного решения предполагает ориентацию на привычные, утвердившиеся способы поведения, получившие название «рутины».

«Рутин» - это устоявшийся образец поведения, ориентированный на определенные процедуры и способы действий. Если фирму удовлетворяет принятый ею план действий, то можно ожидать, что в будущем она будет поступать согласно рутинам, выработанным в прошлом.

В том случае, если принятые решения недостаточно эффективны, рутины могут претерпеть некоторые количественные изменения. И лишь в случае серьезного несоответствия поведения фирмы в сложившейся экономической ситуации, она может пойти на замену старой рутины новой.

Устойчивость рутин объясняется тем, что на их утверждение были потрачены определенные средства, и переход к новым рутинам может оказаться слишком накладным. Фирме может оказаться выгоднее пользоваться старыми приемами принятия решений, чем нанимать специалистов, которые разработают новый алгоритм действий. Пересмотр рутин может также отрицательно отразиться на налаженных связях с поставщиками, клиентами, вызвать конфликты внутри фирмы. Поэтому различные новации, которые с точки зрения неоклассической теории ведут к максимальной рациональности, не всегда оправданы с позиций ограниченной рациональности и роста трансакционных издержек.

Большое внимание в поведенческих теориях уделяется учету влияния внешней среды, в которой функционирует фирма, куда относятся не только экономические, но и социальные, политические, экологические и другие факторы. Внутренняя структура фирмы, ее организационная культура должны соответствовать внешнему окружению и гибко реагировать на его изменения.

В этой связи становится особенно актуальным анализ особенностей поведенческого процесса фирмы в трансформационных экономиках. Не случайно этой проблеме стало уделяться повышенное внимание в научных публикациях последних лет [4, 5].

Трансформационная экономика, будучи по своей природе неустойчивой и противоречивой, порождает пеструю смесь поведенческих моделей предприятий. Их различия определяются формой собственности (государственная, частная), размерами (крупные корпорации, мелкий и средний бизнес), организационной структурой.

В условиях нестабильной экономической ситуации фирмы стремятся максимально использовать сложившуюся конъюнктуру для получения прибыли, пренебрегая зачастую долгосрочными перспективами развития. Получило распространение явление, получившее название оппортунистического поведения: нарушение условий контрактов, искажение или

сокрытие информации, а внутри фирмы – непрозрачная дивидендная политика, что вызывает конфликты между менеджерами и акционерами.

С точки зрения поведенческой теории, это конкретные реалии, которые необходимо учитывать, если мы хотим понять, как на самом деле принимаются решения в фирмах. При этом, если речь идет о переходной экономике, необходимо учитывать влияние традиций, поведения, культуры, сложившихся в эпоху, от которой осуществляется переход. Так, традиция коллективизма, характерного, пусть и в забюрократизированном виде, для предприятий советского периода, сталкивается при переходе к рынку с индивидуализмом субъектов классической рыночной экономики. Для успешного функционирования необходимо оптимальное сочетание этих тенденций, каковое было удачно найдено, например, в японских фирмах.

Существенное влияние на поведение фирм в трансформационной экономике оказывают также патерналистские и эгалитаристские традиции [6].

Привычка полагаться на опеку предприятий со стороны государства, а внутри фирмы на «заботу» менеджмента о работниках значительно активизируется, особенно при проведении реформ по методу «шоковой терапии». Что касается традиций уравнительности, то они подогреваются колоссальным разрывом в доходах олигархической элиты и основной массы работающих и становятся своеобразной формой стремления к социальной справедливости.

С учетом всех этих особенностей, в поведенческом подходе необходимо отказаться от максимизационной модели и рассматривать фирму как сложную систему взаимоотношений людей с разными интересами, информированностью и степенью рациональности. Искусство управления, обеспечивающее жизнеспособность фирмы, заключается в умении гармонизировать интересы всех субъектов, причастных к ее деятельности.

Литература:

1. Коуз Р. Природа фирмы // Теория фирмы. СПб. 1995. / Р.Коуз.
2. Саймон Г.А. Теория принятия решений в экономической науке и науке о поведении//Теория фирмы. СПб. 1995 С54 – 72/ Г.А. Саймон. Теория принятия решений в экономической науке и науке о поведении. Теория фирмы. СПб. 1995
3. Cyert R., March J. A Behavioural Theory of the Firm. Englewood Cliffs 1963/ R.Cyert, J.March A behavioural Theory of the Firm. 1993
4. Лихачев М. Роль поведенческих моделей в онтологической структуре современной экономики.// «Вопросы экономики», 2013, № 7. М.Лихачев. Роль поведенческих моделей в онтологической структуре современной экономики. Вопросы экономики, 2013, № 7
5. Капелюшников Р. Поведенческая экономика и «новый» патернализм // «Вопросы экономики», 2013, № 9, 10./ Р. Капелюшников. Поведенческая экономика и «новый» патернализм. Вопросы экономики, 2013, №9, 10
6. Бузгалин А.В. Переходная экономика. М. Таурис. 1994. С. 415 – 419/ А.В. Бузгалин. Переходная экономика. М. 1994

ПОВЕДІНСЬКА ТЕОРІЯ ФІРМИ – АЛЬТЕРНАТИВА НЕОКЛАСИЧНІЙ ОРТОДОКСІЇ

Давидова І.А., к.е.н., доцент

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

У статті розглядається один з розповсюджених у сучасній економічній науці напрямків теорії фірми, що аналізує процедури прийняття рішень господарюючими суб'єктами у різних економічних ситуаціях. Згідно цієї теорії рішення, яке приймає фірма, є компромісом різних інтересів і цільових установ, що задовольняє усі зацікавлені сторони. Розглядаються можливості використання висновків поведінської теорії у трансформаційній економіці.

Ключові слова: фірма, поведінська теорія, цільова установа, рутинна

BEHAVIOUR THEORY OF THE FIRM – ALTERNATIVE OF THE NEOCLASSICAL
ORTHODOXY

Davidova I.A., PhD., reader

V.N. Karazin Kharkov National University

The author considers one of wide spread in the modern economic science current of the theory of the firm, which studies procedures of acceptance of decisions by economic subjects in the different situations. It is considered the possibilities to use deductions of the behavior theory of the firm in transformer economy.

Key words: firm, behavior theory, purposes, routine

Поступила в редакцию 24 марта 2014