

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЕДИНОЙ ТЕОРИИ ФИРМЫ*

Татьяна Александровна СУБЦЕЛЬНАЯ

аспирантка кафедры политической экономии,
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,
Москва, Российская Федерация
subcelnaya@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0003-4855-3168>
SPIN-код: 1785-5800

История статьи:

Рег. № 677/2020
Получена 30.11.2020
Получена в
доработанном виде
15.12.2020
Одобрена 14.01.2021
Доступна онлайн
26.02.2021

УДК 330.8

JEL: A10, B41, D2

Ключевые слова:

фирма, теория фирмы,
экономическая теория,
методология
экономической теории

Аннотация

Предмет. Трансформации, охватившие современную экономическую науку, привели к ряду изменений в теоретических подходах к анализу фирмы, что вызывает необходимость обновления методологии исследования и пересмотра существующих теорий фирмы.

Цели. Выявление и анализ методологических трудностей, препятствующих формированию единой теории на базе основных существующих в современной экономике подходов к пониманию природы фирмы.

Методология. Использовались общенаучные методы познания: индуктивно-дедуктивный метод, метод научной абстракции, методы сравнения и аналогии, исторический метод.

Результаты. Сделаны обзор и систематизация основных теорий фирмы. Проведенный обзор демонстрирует, что фирма является сложноустроенной структурой, полноценный анализ деятельности которой сложно осуществить в рамках одной теории.

Выводы. Современные теории фирмы частично отражают запросы экономической науки и практики в отношении определения сущности фирмы, ее основных целей и общественной функции, однако тенденции к интеграции теорий и формированию единой теории фирмы пока не наблюдаются.

© Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ, 2020

Для цитирования: Субцельная Т.А. Методологические проблемы формирования единой теории фирмы // *Экономический анализ: теория и практика*. – 2021. – Т. 20, № 2. – С. 379 – 392.
<https://doi.org/10.24891/ea.20.2.379>

Поиск универсальной теоретической концепции фирмы, которая могла бы быть единогласно признанной в широком научном кругу, неизменно остается нерешенной исследовательской задачей. Теория фирмы трансформируется и эволюционирует вместе со всей экономической наукой, и изменения, коснувшиеся научной методологии в последние годы, привели к ряду новых теоретических подходов к анализу фирмы.

* Автор выражает признательность кандидату экономических наук доценту кафедры политэкономии экономического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова Михаилу Юрьевичу ПАВЛОВУ за замечания и предложения, сделанные в ходе работы над статьей.

По мнению Г.Б. Клейнера [1], понятие «теория фирмы» используется в современной экономической теории в двух смыслах: как обозначение всей научной дисциплины, изучающей с теоретических позиций деятельность фирмы, и как конкретную систему взглядов, объясняющих природу, поведение, эволюцию или другие аспекты функционирования экономических субъектов, попадающих под определение фирмы. Современный этап исследований в области теории фирмы может быть охарактеризован переносом центра внимания с изучения причин происхождения фирмы на изучение сущности, внутреннего содержания фирмы, ее структуры, отношений, роли в экономике и социальной жизни общества.

В своем наиболее простом определении, фирма – это организация, использующая свой производственный потенциал для выпуска рыночной продукции в целях получения финансового дохода [2]. Наряду с человеком фирма является главным субъектом микроэкономики, выполняя роль ключевого элемента, поддерживающего эффективную работу рыночного механизма. Более полно это свойство отражается в определении, сформулированном канадским экономистом Г. Джонсоном: «фирма – это искусственно созданная система, в рамках которой и посредством которой люди взаимодействуют друг с другом, реализуя индивидуальные или коллективные цели» [3].

Изучение фирмы как системы может быть значимым не только для ее владельца, высшего менеджмента или рядовых сотрудников, но и для любых других экономических агентов: домашних хозяйств, общества и государства, так как знание основных принципов, на которых основывается работа фирмы, выступает базисом для построения оптимальных рыночных стратегий любыми хозяйствующими субъектами. Отдельно взятая фирма интегрирует экономику на микроуровне, а их совокупность определяет ее эффективность на уровнях национальной и мировой экономики. Такое положение на рынке, приписывающее фирме значение интегрирующего звена, делает ее неизменным объектом изучения самых разных экономических школ.

Современная теория фирмы, рассматриваемая как единое целое, представляет собой набор широко разработанных, но зачастую противоречивых подходов и моделей. В последнее время многие ученые приходят к выводу, что фундаментальная теория фирмы вступает в противоречие с прикладными научными дисциплинами, что приводит к необходимости объединения фундаментальных и прикладных теорий в единое целое. Так, Е.В. Попов и В.Л. Симонова пришли к выводу, что фундаментальные и прикладные теории описывают одни и те же экономические объекты и могут быть объединены [4].

Традиционно фирма трактовалась как производственно-технологическая система, играющая роль промежуточного звена в цикле, составляющем переход от экономических ресурсов производства к собственно готовым к продаже изделиям. При таком понимании фирмы отодвигаются на второй план организационные

параметры ее устройства, основные принципы поведения на рынке, а также процессы принятия решений, касающиеся распоряжения имеющимися экономическими благами [5, 6]. Современная методология требует более пристального внимания к эпистемологическим и когнитивным аспектам, а также учета изменений экономической реальности в направлении постиндустриальной эпохи. Все это приводит к необходимости постоянного пересмотра методов исследования применительно к фирмам и пересмотра существующих теорий фирмы. Таким образом, задачей нашего исследования является рассмотрение современных теорий фирмы с дальнейшим выявлением и сопоставительным анализом их основных положений.

К настоящему времени в экономической науке выделяется ряд концепций, объясняющих механизмы формирования фирм и описывающих их деятельность. Концепция классической экономической школы, трактующая природу происхождения фирм как результат разделения труда и его специализации, в настоящее время утратила популярность и не является главенствующей [2]. Классическая ресурсная триада «труд, капитал и земля» в условиях трансформационных процессов и перехода к новой экономике преобразовалась в сложную комбинацию материальных и нематериальных активов фирмы и не дает исчерпывающего объяснения принципов ее существования. Альтернативой выступает неоклассическая теория фирмы, которая описывает рыночное поведение уже существующих фирм и в настоящее время считается традиционной.

Неоклассическая теория. В современной экономической науке неоклассицизм является довлеющей теоретической концепцией, в той или иной степени выступающей базой большинства исследований, посвященных данной теме. Если рассматривать фирму в соответствии с неоклассическими взглядами, то ее можно охарактеризовать как систему, организованную для создания и сбыта товаров и услуг, чья деятельность наилучшим образом описывается с помощью производственной функции. Модель рыночного поведения фирмы строится исходя из соображений предельной эффективности затрат и выпуска продукции, которая получает свои расчеты в виде данной функции.

Когда для фирмы становятся первостепенными вопросы выживания на рынке или сохранения положительного финансового баланса, задача максимизации прибыли становится ведущей и определяет любые действия, предпринимаемые бизнесом, однако в случае высокой доходности от деятельности фирмы, ее рыночные стратегии могут определяться рядом других факторов, что доказывает ограниченность влияния мотива максимизации прибыли на принятие управленческих решений. Критика неоклассической теории фирмы включает в себя и другие положения: абсолютное равенство всех участников хозяйственного процесса; игнорирование «психического дохода», получаемого предпринимателем, иногда выступающего более существенным стимулом его деятельности; наличие дохода, оптимального для фирмы, при достижении которого цели максимизации

прибыли могут игнорироваться; свободный выбор экономических действий для всех участников производственной деятельности; сбои в моделях поведения фирмы, оперирующих терминами максимизации, в ситуации несовершенной конкуренции и т.д. [7–9].

Появление и доминирование маржиналистских принципов применительно к экономической реальности возникли на основе представлений об ограниченности ресурсов как универсальной характеристики отношений между человеком и окружающим миром. С применением единых для всех субъектов экономической жизни объяснительных принципов, начиная с отдельно взятого потребителя и заканчивая фирмой, такой подход превращает их в отвлеченную конструкцию, исключающую возможность проведения целостного анализа. Маржиналистский анализ наиболее наглядно показал свою состоятельность в области теории цен, затрат, заработной платы и занятости трудовых ресурсов, что предполагает вопрос о корректной интерпретации его метода, включая и принцип предельной производительности [8]. В связи с этим возникает вопрос о том, ведет ли положение о максимизации денежной прибыли к выводам, отличающимся от тех, которые вытекают из предположения о поведении, обусловленном преимущественно неденежными соображениями.

Каждая отдельно взятая фирма решает для себя задачу нахождения оптимальной пропорции факторов производства для получения определенного количества продукции. Для выполнения универсальной для любой фирмы задачи по достижению такого соотношения, она должна принять решение о таком объеме выпуска продукции, при котором цена будет приравнена к предельным издержкам. Таким образом, неоклассиками фирма трактуется как «черный ящик», который предстает в роли рационально функционирующего элемента экономической системы, а теория фирмы – как теория, изучающая природу, границы и внутреннюю организацию фирмы, то есть размеры, форму и содержимое «черного ящика» [1].

Американский экономист Г. Саймон в качестве существенной характеристики классического и неоклассического подходов указывал на то центральное положение, которое занимает в них рынок [10]. И если неоклассический подход рассматривает фирму как обязательный компонент рыночной системы, то институциональная теория противопоставляет фирму рынку. В институциональной концепции фирма выступает агентом реализации рыночных отношений, которые осуществляются через сделки, называемые транзакциями, и в силу своего контрактного устройства обеспечивают экономию транзакционных издержек, координируя использование ресурсов более эффективно, чем это обеспечивает рыночный механизм [11].

Институциональная теория. Появление институциональной теории было вызвано требованиями экономической реальности: усложнением корпоративных систем и характера взаимосвязи между их элементами, ростом масштаба финансовых сделок, увеличившимся в разы объемом финансовой информации и т.д. Главная задача этой

группы теорий состояла в объяснении поведения фирмы в усложненном систематизированном пространстве, а также в решении вопросов, касающихся наличия большого числа имеющихся разновидностей фирм и разновидности путей их развития. Приняв за допущение положение о транзакционных издержках, институционалисты понимают фирму как альтернативу рыночным сделкам в целях их экономии.

Рыночный механизм представляет собой множество краткосрочных контрактов, постоянное заключение которых вынуждает участников рыночных отношений регулярно нести определенные затраты, связанные с транзакциями обмена. Необходимость постоянного перезаключения контрактов вынуждает экономических субъектов переходить к долгосрочным соглашениям. На этом этапе и формируется институт фирмы, и совокупность соглашений внутри компании заменяется единственным контрактом [3, 5].

Таким образом, транзакционный подход впервые поставил вопрос о том, почему существуют фирмы. Именно поэтому первый шаг в становлении теории фирмы как самостоятельного направления экономической науки традиционно связывается с публикацией работы Р. Коуза «Природа фирмы», в которой объяснялось происхождение и существование института фирмы. Она получила широкое признание и стала базисом развития теории фирм.

Институционалисты представляют фирму как совокупность контрактов, с одной стороны, внешних, связывающих ее с рынком и ответственных за реализацию этих связей транзакционных издержек, и с другой стороны, внутренних, поддерживающих внутреннюю организацию фирмы, которые обслуживают издержки контроля [9]. Такое соотношение транзакционных издержек и издержек контроля будет выступать ключевой характеристикой фирмы. Таким образом, исходное противопоставление фирмы и рынка также поддерживается противопоставлением долгосрочных контрактов, обслуживающих фирму и краткосрочных, опосредствующих преимущественно рыночные взаимосвязи.

Другое направление этой теории основывается на понимании фирмы как комплекса взаимоотношений между обладателями ее капитала. При таком подходе фирма представляется в виде контракта, заключенного между владельцами в целях более эффективного использования капитала, а ключевой ее проблемой – проблема распределения прав собственности.

Следует отметить, что неоклассическая и институциональная теории фирмы, считающиеся центральными в экономической теории, не делают предметом своего пристального рассмотрения вопросы управления, организации рабочих процессов, принятия решений, касающихся таких важных задач, как разработка продукта, маркетинговые стратегии его продвижения, отношения с конкурентами, исполнение

договорных отношений и т.д. Наиболее пристально эти аспекты рассмотрены в теориях с эмпирическим уклоном.

Бихевиористская теория. Бихевиоризм изначально был основан в 1920-е гг. Дж. Уотсоном как направление в психологии, сосредоточенное на изучении поведения. Проникнув в экономику, он стал применяться для исследования поведенческих характеристик экономических субъектов. Первая признанная в научном мире поведенческая концепция, примененная к экономическим процессам, была разработана Г. Саймоном, за работу над которой он получил Нобелевскую премию. Он рассматривал организационные проблемы фирмы с позиции корпоративного поведения [12]. Экономические решения, реализуемые фирмой, принимаются совместными усилиями ее сотрудников, чьи способности к рациональности ограничены их собственными симпатиями, предубеждениями и устремлениями.

Проблема влияния внешней среды, в которой существует и функционирует фирма, также занимает важное место в бихевиористских теориях. Различными исследователями указывается разное число шаблонов поведенческих стратегий фирмы, выполняющих задачу приспособления к нестабильным и быстро изменяющимся внешним условиям. Внутренняя же структура находится под постоянным воздействием внешних влияний и должна адекватно на них отзываться [2]. Поведенческий подход не склонен опираться на заранее подготовленные гипотезы и объяснения, а призывает к анализу непосредственно данного внешне наблюдаемого поведения. Таким образом, он не поддерживает маржиналистские предположения о подчиненности действий экономических агентов исключительно соображениям достижения максимальной прибыли.

Другая ключевая черта, отличающая поведенческие теории от остальных, это постулат о наличии множества целей, детерминирующих поведение фирмы. Это положение основано на модели фирмы как иерархически устроенной системе, под которой понимается иерархия целей и мотивов составляющих ее субъектов, в то время как в других теориях предполагается только одна цель (прибыль, рост, объем продукции и т.д.), которая абсолютизируется.

Предпринимательская теория. Предпринимательская теория фирмы базируется на представлении о фирме как объекте приложения предпринимательской способности и имеющихся у предпринимателя (или доступных для привлечения) производственных ресурсов [2]. Несмотря на то, что не все фирмы являются предпринимательскими, данная теория имеет не менее широкое поле для исследования, чем другие теории фирмы.

Предприниматель – это человек, который организует имеющиеся у него ресурсы с применением имеющихся у него знаний в производственную систему, приносящую прибыль. Эти организационные процессы играют ключевую роль в возникновении

фирмы. Однако данный подход концентрируется преимущественно на процессах образования фирмы, нежели на процессах ее дальнейшего функционирования. Традиционные варианты объяснения возникновения фирм в рамках предпринимательской теории склонны пренебрегать значением технологических и экономических факторов, способных повлиять на управленческие решения предпринимателя. Под технологическими факторами здесь понимается возможность соединения ресурсов, необходимых для вывода фирмы на рынок, которые в дальнейшем сталкиваются с факторами экономическими, имеющими большее влияние на этапе роста фирмы [7].

Зачастую предметом изучения экономики фирмы называют хозяйствование или саму предпринимательскую деятельность. Однако в одном случае в центре внимания находится феномен возникновения фирм, а в другом – закономерности функционирования на рынке с учетом наличия транзакционных издержек, оппортунистического поведения, контрактных отношений, специфичности ресурсов, асимметричности информации и других факторов, на которых в большей степени сосредотачиваются другие направления.

Характеризуя предпринимательскую теорию в целом, нужно отметить, что она дает объяснения, похожие на те, которые предлагает бихевиоральный подход, так как здесь принимаются в рассмотрение психологические особенности предпринимателя преимущественно когнитивной сферы: поиск бизнес-идеи, разработка бизнес-плана, управленческие способности и т.д. Таким образом, данная группа теорий позволяет включить в круг изучаемых объектов те процессы и компоненты, которые в явном виде не рассматриваются в поведенческом подходе.

Структуралистская теория. В основе структурного подхода к изучению фирмы лежит так называемая структурная парадигма, которая базируется на идеях современного теоретико-социологического направления, представителями которого выступают Н. Луман, Э. Гидденс, Л. Альтюссер и др. Эта концепция основывается на предположении о наличии прямой и обратной связей между структурой рынка и рыночным поведением фирмы.

Любые предпринимаемые фирмой действия направляются на достижение выгодных позиций на рынке, и успешная реализация этих целей приводит к перестановке экономических сил на нем и к формированию новой рыночной структуры. Эта новая рыночная структура характеризуется определенным набором параметров: реестр товаров, их востребованный объем, оптимальные маркетинговые стратегии, стратегии ценообразования и т.д. Соответственно, это приводит к адаптации фирмы под новые параметры, и, как следствие, изменению структуры самой фирмы [5]. Структуралистская теория предполагает, что рынок детерминирует поведение фирмы и одновременно сам является детерминируемым поведенческими стратегиями фирмы. Таким образом, фирма и рынок оказываются непосредственно влияющими друг на друга структурами.

Менеджеральная теория. Данная теория строится на том положении, что главными действующими лицами в высшем руководстве фирмы являются не ее владельцы, а наемные менеджеры, главный интерес которых сосредоточен не на росте и процветании фирмы, а на увеличении объема продаж и, как следствие, личных доходов. Поскольку акционерные формы собственности являются доминирующими, владельцы акций отстранены от реальных процессов управления, которые по факту находятся в руках профессиональных менеджеров.

Наиболее примечательными здесь являются работы М. Дженсена и У. Меклинга, в которых был предложен новый взгляд на фирму через описание взаимодействия между основными индивидами, заинтересованными в фирме: собственниками, топ-менеджерами и кредиторами [13]. Их работа является крупным вкладом в один из важнейших аспектов корпоративного управления – проблему отделения собственности от контроля, то есть анализ взаимодействия между собственниками и менеджерами.

Сторонники данной теории приводят доказательства того, как менеджеры и их интересы являются направляющей силой в деятельности фирмы. Первостепенную роль здесь играет зависимость заработной платы менеджера от объема торговой выручки. Далее, менеджеральная теория подкрепляется теми соображениями, что возросший доход от продаж позволяет проводить расширение фирмы, нанимать новых сотрудников, реализовывать новые проекты, что в свою очередь повышает социальный статус менеджера. Социологические исследования, проведенные в Британии, показывают, что большая часть английских фирм указывает цель увеличения продаж одной из наиболее приоритетных. Примечательно, что для крупных компаний она имела большую значимость, чем для мелких. Результаты исследований в США показали, что при краткосрочном планировании для фирмы выступает приоритетом максимизация продаж, тогда как при долгосрочном – максимизация прибыли [5].

Таким образом, теория фирмы как система взглядов на сущность, поведение и устройство организации, с одной стороны, и научный менеджмент, как методология разработки и реализации стратегии достижения фирмой конкурентных рыночных преимуществ, а также методология управления, с другой стороны, выступают как родственные исследовательские направления.

Теория максимизации роста. Из альтернативных теорий фирмы можно выделить теорию максимизации роста, основанную на положении, что именно эта цель направляет деятельность фирмы и является наиболее желанной для ее владельцев и менеджеров. Владельцы заинтересованы в увеличении дохода от дивидендов, менеджеры – в повышении социального статуса и росте заработной платы. Таким образом, фирма становится подчиняемой интересам ее первых лиц, которые состоят в максимальном росте фирмы.

Можно выделить два пути, ведущих к достижению этой цели. Первый путь протекает через собственный рост фирмы, который может быть осуществлен за счет таких ресурсов как финансовые ресурсы фирмы, складывающиеся за счет амортизационных отчислений и нераспределенной прибыли, заемные средства, полученные от банков или кредитных организаций, доходы от продажи дополнительного выпуска ценных бумаг [5].

Второй путь связан с процессами централизации, вызванными слияниями и поглощениями. Этот способ является более распространенным и составляет большую часть всего прироста активов [8]. При объединении фирм, выпускающих аналогичную продукцию или привязанных к одной и той же стадии производственного процесса, речь идет о горизонтальной интеграции. Вертикальная интеграция ведет к снижению издержек за счет объединения производственного цикла с переходом продукта от одной стадии к другой без использования рынка – в таком случае расчет между отделами фирмы ведется по трансфертным, а не рыночным расценкам. Такие слияния помогают фирме занять более устойчивые позиции на рынке.

Подводя итог проведенного обзора различных научных подходов к исследованию сущности фирмы, можно заключить, что несмотря на имеющиеся разногласия между подходами по поводу отдельных параметров ее функционирования, все они единодушны в том, что фирма выступает ключевым субъектом рыночной экономики, направляемым единой целью получения прибыли, делающей возможным ее существование на рынке и модулирующей все ее основные характеристики. Однако имеющиеся разногласия теоретического, дедуктивного и эмпирического характера в большей степени разобщают рассмотренные модели, в которых используется различный аппарат теории фирмы.

Отсутствие системности, фрагментарность и статичность каждой отдельно взятой теории, как правило, уходящей корнями в более фундаментальную методологию отдельной научной школы, не позволяют сказать о том, что в данный момент не наблюдается тенденция к интеграции теорий и формированию единой теории фирмы.

Теория фирмы эволюционирует, с одной стороны, под действием объективных изменений, происходящих в экономике, с другой – из-за совершенствования методов исследования экономических процессов и явлений. Развитие теоретической базы должно происходить путем обогащения экономической теории фирмы вследствие ее сближения и взаимодействия с действующими на рынке реальными фирмами. Дальнейшее развитие теории фирмы должно преодолеть очевидное пренебрежение вопросами менеджмента, организационного поведения, внедрения инноваций и других корпоративных проблем, сформировать концепцию фирмы, удовлетворяющую требованиям современной практики бизнеса.

Обзор основных теорий фирмы демонстрирует, что каждая из них обладает ограниченным полем достоверности, суженным фокусированием на отдельных сторонах изучаемого явления и пренебрежением к остальным. Подобные методологические трудности объясняются также наличием очевидных различий в организационных и юридических формах устройства фирмы, что усложняет задачу ее подведения под некоторую универсальную объясняющую теорию. Поэтому разработка подобной комплексной концепции остается задачей, требующей обширной научной работы.

Таким образом, современные теории фирмы частично отражают запросы экономической науки и практики в отношении определения сущности фирмы, ее основных целей и общественной функции, однако оставляют в качестве задачи на будущее требование разработки комплексного подхода, интегрирующего наиболее ценные научные идеи различных теорий фирмы.

Список литературы

1. Клейнер Г.Б. От теории предприятия к теории стратегического управления // Российский журнал менеджмента. 2003. Т. 1. № 1. С. 31–56.
URL: <https://rjm.spbu.ru/article/view/821>
2. Rajan R.G., Zingales L. Power in Theory of the Firm. *Quarterly Journal of Economics*, 1998, vol. 113, iss. 2, pp. 387–432.
URL: <https://doi.org/10.1162/003355398555630>
3. Johnson H.G. The General Theory after Twenty-Five Years. *The American Economic Review*, 1961, vol. 51, no. 2, pp. 1–17.
URL: <https://www.jstor.org/stable/1914463?seq=1>
4. Попов Е.В., Симонова В.Л. Классификация теорий предприятия // Journal of New Economy. 2003. № 6. С. 80–88. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/klassifikatsiya-teoriy-predpriyatiya>
5. Уильямсон О. Фирмы и рынки // Современная экономическая мысль / под ред. Р. Вайнтрауба. М.: Прогресс, 1981.
6. Sautet F. An Entrepreneurial Theory of the Firm. Routledge, 2000, 204 p.
7. Гибадулин Р.Х., Марданова И.М. Экономическая теория фирмы предпринимательского типа: генезис и тезаурус // Вестник Челябинского государственного университета. 2009. № 9. С. 96–100.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-teoriya-firmy-predprinimatelskogo-tipa-genezis-i-tezaurus>

8. *Estola M.* A Dynamic Theory of a Firm: An Application of 'Economic Forces'. *Advances in Complex Systems*, 2001, vol. 4, iss. 1, pp. 163–176.
URL: <https://doi.org/10.1142/S0219525901000036>
9. *Schmitz P.W.* Information Gathering, Transaction Costs, and the Property Rights Approach. *The American Economic Review*, 2006, vol. 96, iss. 1, pp. 422–434.
URL: <https://doi.org/10.1257/000282806776157722>
10. *Simon H.A.* Organizations and Markets. *The Journal of Economic Perspectives*, 1991, vol. 5, iss. 2, pp. 25–44. URL: <https://doi.org/10.1257/jep.5.2.25>
11. Коуз Р. Фирма, рынок и право. М.: Дело, 1993. 192 с.
12. Саймон Г.А. Теория принятия решений в экономической теории и в науке о поведении // Вехи экономической мысли Т. 2. Теория фирмы. СПб.: Экономическая школа, 2000. С. 54–72.
13. Джensen М.С., Меклинг У.Х. Теория фирмы: поведение менеджеров, агентские издержки и структура собственности // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер.: Менеджмент. 2004. № 4. С. 118–191.

Информация о конфликте интересов

Я, автор данной статьи, со всей ответственностью заявляю о частичном и полном отсутствии фактического или потенциального конфликта интересов с какой бы то ни было третьей стороной, который может возникнуть вследствие публикации данной статьи. Настоящее заявление относится к проведению научной работы, сбору и обработке данных, написанию и подготовке статьи, принятию решения о публикации рукописи.

METHODOLOGICAL PROBLEMS IN DEVELOPING A UNIFIED THEORY OF THE FIRM

Tat'yana A. SUBTSEL'NAYA

Lomonosov Moscow State University,
Moscow, Russian Federation
subcelnaya@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0003-4855-3168>

Article history:

Article No. 677/2020
Received 30 Nov 2020
Received in revised form
15 December 2020
Accepted 14 January 2021
Available online
26 February 2021

JEL classification: A10,
B41, D2

Keywords: firm, theory
of firm, economic theory,
methodology of economic
theory

Abstract

Subject. The article addresses the transformations in the field of modern economic science. They have led to a number of changes in theoretical approaches to company analysis, which need to update the research methodology and revise the existing theories of the firm.

Objectives. The aim of the study is to identify and analyze methodological difficulties, preventing the formation of a single theory, on the basis of existing approaches to understanding the nature of the firm.

Methods. The study employs general scientific methods of cognition, like the inductive and deductive method, the method of scientific abstraction, methods of comparison and analogy, the historical method.

Results. The paper reviews and systematizes the main theories of the firm. The review demonstrates that the firm is a complex structure. It is difficult to perform a meaningful analysis within one theory.

Conclusions. The modern theories of the firm partly reflect the demands of the economic science and practice regarding the definition of the essence of the firm, its main objectives and social functions, however, there have been no trends in integrating the theories and creating a unified theory of the firm.

© Publishing house FINANCE and CREDIT, 2020

Please cite this article as: Subtsel'naya T.A. Methodological Problems in Developing a Unified Theory of the Firm. *Economic Analysis: Theory and Practice*, 2021, vol. 20, iss. 2, pp. 379–392.
<https://doi.org/10.24891/ea.20.2.379>

Acknowledgments

I am grateful to Mikhail Yu. PAVLOV, Candidate of Economic Sciences, Assistant Professor of the Department of Political Economy of the Lomonosov Moscow State University, for his comments on the article.

References

1. Kleiner G.B. [From the Theory of Enterprise to Strategic Management Theory]. *Rossiiskii zhurnal menedzhmenta = Russian Management Journal*, 2003, vol. 1, no. 1, pp. 31–56. URL: <https://rjm.spbu.ru/article/view/821> (In Russ.)

2. Rajan R.G., Zingales L. Power in Theory of the Firm. *The Quarterly Journal of Economics*, 1998, vol. 113, iss. 2, pp. 387–432.
URL: <https://doi.org/10.1162/003355398555630>
3. Johnson H.G. The General Theory after Twenty-Five Years. *The American Economic Review*, 1961, vol. 51, no. 2, pp. 1–17.
URL: <https://www.jstor.org/stable/1914463?seq=1>
4. Popov E.V., Simonova V.L. [Classification of theories of the enterprise]. *Journal of New Economy*, 2003, no. 6, pp. 80–88.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/klassifikatsiya-teoriy-predpriyatiya> (In Russ.)
5. Williamson O.E. *Firmy i rynki. V kn.: Sovremennaya ekonomicheskaya mysl'* [Firms and Markets. In: Modern Economic Thought]. Moscow, Progress Publ., 1981.
6. Sautet F. *An Entrepreneurial Theory of the Firm*. Routledge, 2000, 204 p.
7. Gibadulin R.Kh., Mardanova I.M. [Economic theory of an entrepreneurial firm: Genesis and thesaurus]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of Chelyabinsk State University*, 2009, no. 9, pp. 96–100.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-teoriya-firmy-predprinimatelskogo-tipa-genezis-i-tezaurus> (In Russ.)
8. Estola M. A Dynamic Theory of a Firm: An Application of 'Economic Forces'. *Advances in Complex Systems*, 2001, vol. 4, iss. 1, pp. 163–176.
URL: <https://doi.org/10.1142/S0219525901000036>
9. Schmitz P.W. Information Gathering, Transaction Costs, and the Property Rights Approach. *The American Economic Review*, 2006, vol. 96, iss. 1, pp. 422–434.
URL: <https://doi.org/10.1257/000282806776157722>
10. Simon H.A. Organizations and Markets. *The Journal of Economic Perspectives*, 1991, vol. 5, iss. 2, pp. 25–44. URL: <https://doi.org/10.1257/jep.5.2.25>
11. Coase R. *Firma, rynek i pravo* [The Firm, the Market, and the Law]. Moscow, Delo Publ., 1993, 192 p.
12. Simon H.A. *Teoriya prinyatiya reshenii v ekonomicheskoi teorii i v nauke o povedenii. V kn.: Vekhi ekonomicheskoi mysli T. 2. Teoriya firmy* [Theories of Decision-Making in Economics and Behavioral Science. In: Milestones of Economic Thought. Vol. 2. Theory of the Firm]. St. Petersburg, Ekonomicheskaya shkola Publ., 2000, pp. 54–72.
13. Jensen M.C., Meckling W.H. [Theory of the Firm: Behavior, Agency Costs and Ownership Structure]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Ser.: Menedzhment = Vestnik of Saint Petersburg University. Management*, 2004, no. 4, pp. 118–191. (In Russ.)

Conflict-of-interest notification

I, the author of this article, bindingly and explicitly declare of the partial and total lack of actual or potential conflict of interest with any other third party whatsoever, which may arise as a result of the publication of this article. This statement relates to the study, data collection and interpretation, writing and preparation of the article, and the decision to submit the manuscript for publication.