

## ПРОБЛЕМА СОГЛАСОВАННОСТИ КУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО ФОРМИРОВАНИЯ

Представлен институциональный взгляд на природу культуры предпринимательского формирования как совокупности двух базовых институтов, облегчающих процесс контрактации в рамках любой организации – институтов «организационная культура» и «корпоративная культура». Предложена матрица степени согласованности культуры предприятия, представлены содержательные характеристики выделенных квадрантов.

**Ключевые слова:** корпоративная культура; организационная культура; согласованное культурное пространство.

В рамках неоклассического подхода предполагается, что целевая функция фирмы является одномерной, а формальной задачей выступает максимизация прибыли, которая решается в условиях заданных рыночных и технологических параметров. Данный взгляд кажется достаточно очевидным, но с точки зрения новой институциональной экономической теории неоклассическая модель фирмы выглядит совершенно неубедительно. Д. Стиглиц отмечает: «Мы осознали, что многое из того, во что мы верили прежде, верно лишь отчасти; традиционный анализ конкурентного равновесия, который внешне выглядит достаточно общим, особенно когда он представлен в виде наукообразных математических выкладок, на самом деле не носит обобщающего характера; теория утрачивает свою силу даже при незначительных изменениях в информационных предпосылках» [1. С. 21].

Упрощенное понимание фирмы было оспорено сторонниками новой институциональной теории, которые рассматривают фирму как совокупность контрактов, регулирующих нерыночные трансакции между собственниками ресурсов в условиях асимметричной информации и несовершенного предвидения. М. Дженсен и В. Меклинг сформулировали такой подход следующим образом: «Частное предприятие, или фирма, – это лишь одна из форм юридической фикции, которая выступает как сплетение контрактных отношений и которая также характеризуется наличием делимых остаточных прав на активы и денежные потоки организации, которые обычно могут быть проданы без разрешения других участников контракта» [2. С. 311].

Э.Г. Фуруботн и Р. Рихтер рассматривают организацию (в экономическом смысле) как сеть (в большей или меньшей степени) отношенческих контрактов между индивидами. Эти контракты предназначены для регулирования экономических трансакций (включая информационные трансакции) между индивидуальными членами организации [3. С. 340].

Особая роль в ряду этих контрактов принадлежит такому организационному феномену, как культура предприятия, которая аккумулирует в себе проявление двух составляющих ее институтов – «корпоративная культура» и «организационная культура». Данные институты ориентированы на эффективную организацию социальных и производственных связей, которая будет способствовать снижению трансакционных издержек за счет направления индивидуального поведения сотрудников в надлежащее русло. И в зависимости от того, насколько успешно представленные институты решают эту задачу, настолько они, обеспечивая структурные рамки повседневной деятельности персонала, уменьшают неопределенность.

Каждый институт в рамках культуры предпринимательского формирования есть совокупность формальных и неформальных (в различной пропорции) норм и правил, а также механизмов обеспечения (принуждения) соблюдения этих правил.

Критериями принципиального отличия институтов «организационная культура» и «корпоративная культура», на наш взгляд, выступают:

- источник их происхождения;
- степень целенаправленности действия по формированию данных институтов;
- приоритетная цель их функционирования.

Институт «корпоративная культура» всегда задается и защищается «сверху» как закономерный отклик предприятия на вызовы и требования внешней среды.

Целью его функционирования выступают создание и поддержание системы санкционированных поведенческих отношений, способствующих формированию модели поведения, ориентированной на достижение стратегических целей развития предприятия. Исходя из этого, содержанием института «корпоративная культура» являются стимулирующие контракты, ориентированные на формирование требуемых стратегией развития предприятия образцов конкурентоспособного, с позиций внешней среды, поведения.

Контракты в рамках института «корпоративная культура» есть результат стремления работодателя обеспечить высокие результаты производительности труда своих работников. Однако такие контракты не имеют юридического статуса. Они носят неявный характер и представляют собой систему обязательств организации по увеличению индивидуальных и/или коллективных выгод в обмен на конструктивное поведение сотрудника, регулируемое управленческими трансакциями. Данные обязательства, как правило, закреплены в целом комплексе соответствующих нормативных документов: положениях, правилах, инструкциях и др. Можно сказать, что контрактация в рамках корпоративной культуры ориентирована на перераспределение риска между сотрудниками и руководителями предприятия. В связи с этим перед топ-менеджментом стоит непростая задача обеспечить сотруднику увеличение личной выгоды при условии «заключения» стимулирующего контракта, предлагаемого предпринимателем.

Институт «организационная культура» возникает как результат двуединого эволюционного процесса, происходящего и «сверху», и «снизу».

Целью функционирования института «организационная культура» выступают создание и поддержание социальных взаимосвязей, способствующих снижению

степени неопределенности и транзакционных издержек в процессе группового взаимодействия сотрудников предприятия.

Содержанием данного института являются стимулирующие и координирующие деятельность в рамках организационной социальной сети отношенческие контракты, нацеленные на формирование необходимых для обеспечения эффективного сотрудничества образцов поведения.

На начальной фазе развития социальной среды организации участники контрактации «организационная культура» либо явно, либо, как это бывает значительно чаще, неявно договариваются о процедуре, которая будет использоваться при разрешении проблем, имеющих шанс возникнуть в будущем. Иными словами, формируется та общая основа, базируясь на которой субъекты контракта намереваются приходить к новым соглашениям в различных случаях. Положения этой «основы» либо прописываются заблаговременно (этический кодекс), либо существуют имплицитно.

Контракты в рамках института «организационная культура» имеют сильную индивидуальную вовлеченность сторон и заключаются, чтобы обеспечить сотрудничество, необходимое для достижения определенных социальных целей.

Гарантии относительно контрактов организационной культуры со стороны законодательства чрезвычайно ограничены. В связи с этим основными механизмами принуждения к выполнению норм и правил являются методы социального воздействия, которые специально не прописаны, а специфицируются применительно к каждой конкретной ситуации и впоследствии составляют некий инструментарий методов воздействия на социальную структуру организации.

Таким образом, можно сказать, что организационная культура – это постоянный институт с динамичным содержанием, обусловленным, прежде всего, изменяющейся структурой субъектов социальной среды предприятия.

Организационная культура, в отличие от корпоративной культуры, охватывает скорее нормы поведения, нежели распределение риска.

Проанализируем закономерности контрактации культурных институтов более подробно в соответствии с предложенными в табл. 1 критериями.

В качестве *предмета контрактации* специфицируется вид совместного действия и способы, которыми партнеры увязывают действия между собой. Предметом контрактов, реализуемых в рамках института «корпоративная культура» (см. табл. 1), является качество выполнения сотрудниками своих профессиональных функций.

Институт «организационная культура», аккумулирующий неформальную подсистему организации, регулирует поведение работников в группе, оказывая влияние на психологическое восприятие организации. Предмет контрактации в рамках института «организационная культура» – ожидаемое социальное поведение сотрудников. Другими словами, данные контракты предполагают соблюдение работником определенных неформальных правил и норм поведения в организа-

ции, способствуют закреплению и принятию ценностных ориентаций социальной группы.

*Размер возмещения, получаемого работником* за свои действия, определяется формально закрепленной и неформальными системами стимулирования, применяемыми в данной организации. Структура возмещения в рамках института «корпоративная культура» для работника предполагает как материальную, так и нематериальную части системы вознаграждения, предусмотренные соответствующими локальными нормативными документами. Организация же в качестве вознаграждения получает от работника услугу, которая заключается в высокопрофессиональном выполнении определенных действий на производстве, в процессе управления и т.д.

В границах контрактации «организационная культура» преобладает нематериальная составляющая. Однако могут осуществляться и материальные инъекции, способствующие формированию необходимых образцов поведения. Основным же возмещением для сотрудников выступает снижение транзакционных издержек взаимодействия в рамках социальной общности.

Организация в пределах рассматриваемого института также получает выгоды в виде снижения издержек на адаптацию сотрудников и координацию социального взаимодействия внутри предприятия.

В рамках контрактов, заключаемых в границах института «корпоративная культура», *регулирующие правила* зафиксированы в нормативно-правовых актах различных уровней (локальные нормативные акты, федеральное и региональное законодательство и т.д.). Для контрактов, реализуемых в рамках института «организационная культура», регулирующими правилами являются определенные организационные обряды в своей сущности, т.е. специфическая ролевая и поведенческая модели поведения в рамках каждого обряда.

Описание *ожидаемого поведения* представляет собой характеристику поведения сторон, которого они ожидают друг от друга. В рамках контрактов института «корпоративная культура» ожидаемое поведение определяется уставом, должностными инструкциями и другими нормативными документами организации, а в соответствии с контрактами института «организационная культура» – ожидается следование правилам и нормам неформальной подсистемы организации.

*Размер контракта* может быть объективным либо субъективным (определяется субъективной оценкой сторон контракта). Со стороны организации размер контрактов, действующих в рамках института «корпоративная культура», является объективным, т.к. может быть определен однозначно, например в соответствии с балансовой стоимостью всех активов организации. Размер контракта в границах института «организационная культура», с точки зрения предприятия, является субъективным, поскольку определяется оценкой собственников компании.

Аналогично можно проанализировать и размер контрактов с точки зрения сотрудника. Так, размер контракта, предусмотренного рамками института «корпоративная культура», является объективным, выраженным в величине денежного вознаграждения, а размер контрактов в «организационной культуре» – субъективным, выраженным в индивидуализированной оценке получаемого вознаграждения.

**Характеристика контрактации в рамках институтов  
«корпоративная культура» и «организационная культура»**

Составляющие контрактов	Институт «корпоративная культура»	Институт «организационная культура»
Предмет контракта	Качество профессиональной деятельности работника	Ожидаемое социальное поведение работника в процессе осуществления трудовой деятельности
Размер возмещения, получаемого участниками за свои действия	<i>Для организации:</i> выполнение действий на качественном уровне в соответствии с должностными инструкциями. <i>Для работника:</i> зафиксированная в нормативных документах организации система стимулирования труда (оклад, доплаты, надбавки, премии, бонусы и т.д.)	<i>Для организации:</i> соблюдение негласных правил и требований. <i>Для работника:</i> выгоды материального и нематериального характера, которые получает работник от нахождения в организации как социальной системе, снижение объема транзакционных издержек взаимодействия внутри социальной группы
Правила и процедуры, которые используются сторонами в обусловленных контрактом действиях	Нормативно-правовые акты различного уровня (правила внутреннего распорядка, положения о стимулировании труда, премиальной системе, о труде и т.д.)	Организационные обряды и традиции в своей сущности (усиление, продвижение, увольнение, единение, обновление)
Ожидаемое поведение	Следование инструкциям и локальным нормативным актам, содержащим позитивную модель санкционированного поведения	Следование правилам и нормам неформальной подсистемы организации (организационные обряды)
Размер контракта с точки зрения организации	Только объективный, выраженный, например, в балансовой стоимости всех активов и т.д.	Только субъективный – оценка собственников компании, также включает альтернативную стоимость вложенных ресурсов
Размер контракта с точки зрения сотрудника	Только объективный, выраженный в величине заработной платы	Только субъективный – определяемый субъективной оценкой всех выгод, получаемых работником
Продолжительность контракта с точки зрения организации	Соответствует периоду жизни организации (с момента регистрации, до момента ухода с рынка)	Превышает период жизни организации, т.к. включает такие аспекты, как появление идеи, ее защиту, доработку и т.д.
Продолжительность контракта с точки зрения работника	Соответствует периоду работы в организации	Превышает период работы в организации
Частота контракта с точки зрения организации	Повторяющийся (изменение содержания корпоративной культуры равносильно изменению условий контракта и заключению нового)	Разовый (неформальный институт, как правило, меняется постепенно, без четких временных рамок)
Частота контракта с точки зрения человека	Повторяющийся (работник может несколько раз прийти и уйти из одной и той же организации, а также переходить из одной организации в другую)	Разовый в рамках одной организации. Повторяющийся при переходе из одной организации в другую

*Продолжительность контрактов* в границах института «корпоративная культура», с точки зрения организации, соответствует ее периоду жизни: с момента регистрации и до момента ухода с рынка. Длительность контрактов в рамках института «организационная

культура» превышает период жизни организации, поскольку включает в себя такие аспекты, как появление идеи, ее защиту и доработку, а также инерционное следование неформальным правилам, созданным организацией после ее ликвидации (рис. 1).

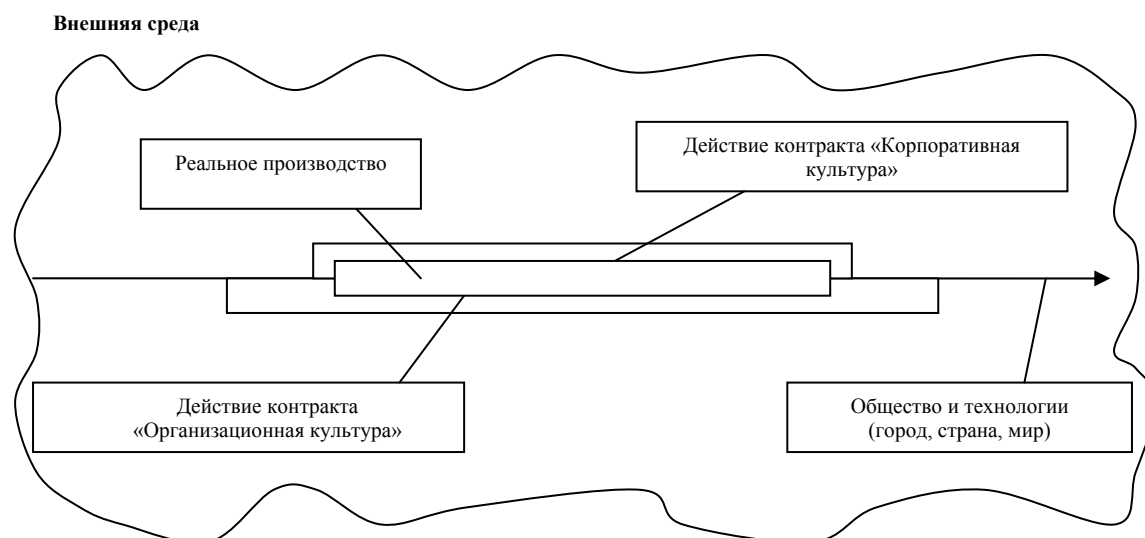


Рис. 1. Продолжительность контрактации в рамках институтов «организационная культура» и «корпоративная культура» с точки зрения организации

Как видно из рис. 1, продолжительность контрактов в рамках института «организационная культура» превышает продолжительность действия контрактов в границах

института «корпоративная культура». При этом действие первого начинается несколько раньше, чем действие контрактов в рамках корпоративной культуры, и заканчива-

ется позже. Важно отметить, что период реального производства в компании может не совпадать с периодом действия контракта, ограниченного институтом «корпоративная культура», а соответствовать ее жизненному циклу.

С точки зрения сотрудника продолжительность контрактов, составляющих суть института «корпоративная культура», соответствует периоду работы в ор-

ганизации, в то время как продолжительность контрактов института «организационная культура» превышает этот период. Следует отметить, что в случае, если индивид переходит на новое место работы через короткий промежуток времени, то может возникнуть конфликт между нормами организационной культуры предыдущей организации и текущей (рис. 2).

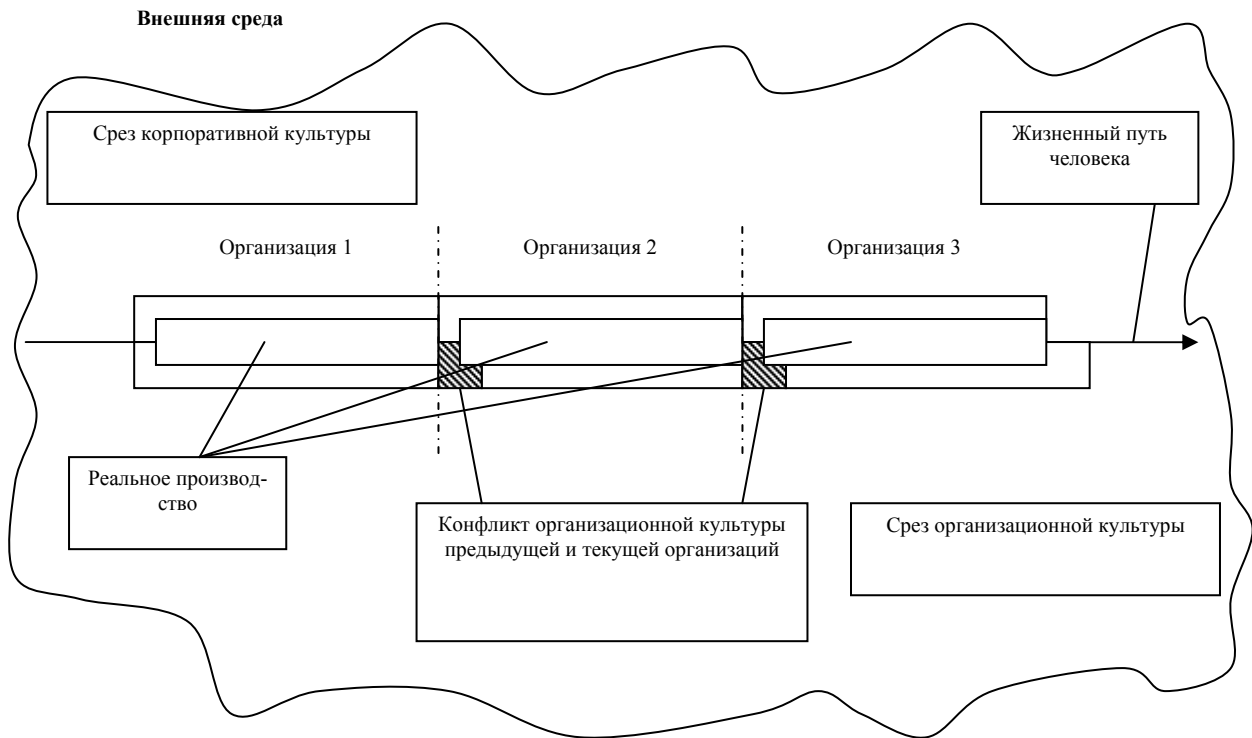


Рис. 2. Продолжительность действия контрактов в рамках институтов «организационная культура» и «корпоративная культура» с точки зрения сотрудника

Как видно из рис. 2, действие контрактов, составляющих институты «организационная культура» и «корпоративная культура», для работника начинается одновременно. Это связано с тем, что, заключая трудовой договор, сотрудник, как было указано выше, дает имплицитное согласие руководствоваться в своей профессиональной деятельности формальными и неформальными правилами, принятыми в организации. Однако для начала эффективной деятельности на предприятии сотруднику необходимо освоить все эти правила, следовательно, возникает временной лаг между заключением контракта и началом эффективной деятельности в организации.

Другой особенностью восприятия работником продолжительности анализируемых контрактов является тот факт, что сотрудник в силу инерционности отношений рутин, сформированных в рамках прежней своей организации, продолжает следовать им уже после ухода из компании. Следовательно, при переходе работника в другую организацию с отличными от первой правилами и нормами, регулируемым институтом «организационная культура», может возникнуть культурный конфликт, острота которого зависит от степени такого расхождения. Успешное решение данного конфликта говорит о том, что работник отказался от ста-

рых правил и освоил новые. Такая ситуация повторяется каждый раз при переходе работника из одной организации в другую.

С точки зрения организации, контракт в рамках института «корпоративная культура» является повторяющимся. Это справедливо, если считать изменение формальных правил организации равносильным заключению нового контракта. Контракт, формирующийся в границах института «организационная культура», является разовым, что обусловлено его эволюционным и быстро адаптирующимся характером. Поэтому чрезвычайно сложно зафиксировать существенные пределы прежней и новой культуры.

С точки зрения индивида, контракты, формирующиеся внутри института «корпоративная культура», являются повторяющимися, поскольку:

- индивид может несколько раз устраиваться на работу в одну организацию и при этом организационная форма, некоторые правила и другие условия могут меняться;
- комплекс стимулирующих воздействий может варьироваться в зависимости от требований внешней среды и соответствующей корректировки стратегии развития предприятия. Этот факт сотрудник также может рассматривать как основание для заключения нового контракта.

Контракт, заключаемый в границах института «организационная культура», является разовым в рамках одной организации. Однако если рассматривать переход работника из одной организации в другую, то данный контракт можно считать повторяющимся.

Любой институт, согласно неонинституциональному подходу, ориентирован на сокращение объема транзакционных издержек. Институты корпоративной и организационной культуры также призваны оптимизировать структуру издержек данного типа, поскольку потенциально содержат в себе механизмы снижения следующих видов транзакционных издержек. В частности, институт «корпоративная культура» способствует сокращению следующих вариантов транзакционных издержек:

*Для организации:*

- издержки затрудненной адаптации к требованиям конкурентной среды, возникающие при несоответствии организационного профиля фирмы и его конкурентного пространства;

- издержки неблагоприятного отбора за счет более тщательного самоотбора потенциальных работников на основе сформированной в рамках института «корпоративная культура» требуемой модели поведения сотрудника;

- издержки поиска партнеров, что связано со стереотипами бизнес-взаимодействий. Фирмы предпочитают сотрудничать с такими предприятиями, которые демонстрируют стремление к долгосрочным и ответственным отношениям как внутри компании, так и за ее пределами. Наличие стимулирующих контрактов в рамках института «корпоративная культура» неизбежно будет таким «сигналом» во внешнюю конкурентную среду предпринимательского формирования.

*Для сотрудника:*

- издержки самостоятельной выработки критериев оценки труда и карьерной динамики;

- издержки профессиональных транзакций между уровнями управления и производства.

Однако следует отметить, что эффективная деятельность анализируемого культурного института не только потенциально сокращает транзакционные издержки, но и предполагает появление дополнительных издержек, связанных с его созданием и функционированием. К таким издержкам можно отнести:

- издержки на мониторинг конкурентной среды;

- издержки на формирование совместимой с профилем внешней среды ценностно-поведенческой модели;

- издержки, связанные с изменением производственных и отношенческих рутин;

- издержки составления стимулирующих контрактов и разработки стимулирующих высокопроизводительную деятельность механизмов;

- издержки, связанные с мониторингом выполнения норм и правил предприятия.

С позиции институционального подхода поддержание функционирования института «корпоративная культура» будет целесообразным до тех пор, пока издержки, связанные с его деятельностью, будут меньше или равны объему сокращаемых за счет действия данного института других транзакционных издержек.

Институт «организационная культура» также способствует снижению целого ряда транзакционных издержек. К ним, на наш взгляд, следует отнести:

*Для организации:*

- издержки на регулирование взаимоотношений в социальной структуре организации;

- издержки, связанные с проявлением оппортунистического поведения;

- издержки на осуществление мониторинга деятельности сотрудников;

- издержки на ведение переговоров;

- издержки на распространение информации и т.д.

*Для сотрудника:*

- издержки на адаптацию в социальной среде организации;

- издержки на осуществление социальных транзакций;

- издержки на формирование индивидуальных критериев оценки и мониторинга;

- издержки на поиск информации;

- издержки на формирование модели позитивного для данной социальной общности поведения.

Институты «корпоративная культура» и «организационная культура» аккумулируют в себе значительное количество механизмов воздействия на персонал и внешнюю среду. Поэтому очень важно, чтобы данные институты имели одинаковый вектор своего развития, т.е. формальные правила, преимущественно сосредоточенные в институте «корпоративная культура» и регулирующие качественные характеристики, прежде всего, производственного поведения, в обязательном порядке должны дополняться системой неформальных механизмов (обычаями, традициями, ритуалами и т.д.), сосредоточенных, в своем большинстве, в рамках института «организационная культура» и определяющих характер социальных взаимодействий в процессе трудовой деятельности. Иными словами, ценности, на которых базируется институт «корпоративная культура», должны в целом соответствовать (в оптимальном варианте – соответствовать полностью) ценностям, являющимся основой института «организационная культура». Данный процесс послужит поводом к тому, чтобы сотрудники предприятия одинаково активно разделяли как ценности института «корпоративная культура», так и ценности института «организационная культура». В этом случае можно говорить о согласованной и сильной культуре предприятия. Однако могут существовать и другие варианты соотношения данных институтов. В соответствии с критериями «степень разделяемости ценностей организационной культуры» и «степень разделяемости ценностей корпоративной культуры» можно выделить, на наш взгляд, четыре варианта согласованности культуры предпринимательского формирования (рис. 3).

**Первый квадрант «Стихийная культура».** Сотрудники в равной мере слабо разделяют как ценности института «корпоративная культура», так и ценности, на которых базируется институт «организационная культура». Данная структура культурного пространства, предприятия, как нам представляется, может быть зафиксирована в следующих случаях:

- на начальной стадии развития предприятия, когда сотрудники еще не успели в полной мере приобрести социальный капитал, необходимый для развития организационной культуры. Руководство же предприятия еще не уделяет необходимого внимания ни содержательным, ни контролирующим механизмам формирования эффективной мотивации сотрудников;

– на последующих стадиях развития предприятия в условиях слабой кадровой согласованности. Предприниматель не уделяет должного внимания качеству входящего трудового ресурса, поскольку не имеет четкого представления о необходимом профессионально-личностном образе потенциального сотрудника, который в условиях

объективных ограничений мог бы осуществлять свою трудовую деятельность на данном предприятии с минимально возможными издержками и максимальной выгодой. Учитывая такой подход, «на входе» происходит стихийная фильтрация, критерии которой формируются спонтанно для каждого конкретного контракта найма.



Рис. 3. Матрица согласованности культурного пространства предприятия

В результате подобных действий предприниматель имеет коллектив со слабыми связями внутри социальной сети организации. Сотрудники, имея приоритет личных интересов, не совпадающих в необходимо допустимом объеме с общими интересами ни предприятия, ни социальной группы, не разделяют ценности ни корпоративной, ни организационной культур.

Структура культурного пространства, характеризуемая первым квадрантом матрицы, обуславливает высокий риск проявлений оппортунистического поведения всех субъектов контрактации.

Данный квадрант, на наш взгляд, достаточно интересен с точки зрения своего потенциала. С одной стороны, с позиции возможностей использования неформальных имплицитных форм мотивации персонала, которые, как правило, генерирует сильная организационная культура, данный факт, безусловно, можно оценить как негативный. Однако, с другой стороны, для предпринимателя сложившуюся ситуацию со слабыми проявлениями как корпоративной, так и организационной культуры можно рассматривать и более позитивно. Слабость социальных связей будет препятствовать формированию коалиций работников, направленных на отстаивание собственных интересов, что неизбежно увеличит размер транзакционных издержек для работодателя и сократит объем получаемой выгоды. Кроме того, следует отметить, что данный квадрант в скрытой форме содержит в себе реальную возможность существенно усилить институт «корпоративной культуры» так, чтобы его ценности в условиях дефицита неформальных объединяющих ценностей стали основными в ценностной структуре организации и разделялись большинством работников.

**Второй квадрант «Социальная культура»** характеризуется сильными связями в социальной сети, что может быть обусловлено двумя причинами:

- ценностным единством социальной группы;
- контробъединением социальных агентов против ценностей корпоративной культуры.

В первом случае организационная культура может не проявлять агрессивных черт по отношению к корпоративной культуре. Во втором случае организационная культура является агрессивным (конкурирующим) образованием по отношению к корпоративной культуре.

Нормы и правила корпоративной культуры в полном объеме не сформулированы, отсутствуют системность и прозрачность критериальной базы оценки труда. Все это создает условия для заполнения существенных лакун в системе формальных правил нормами и правилами института «организационная культура».

Сильное социальное культурное пространство предполагает, что сотрудники будут нести меньше издержек, подчиняясь неформальным нормам и правилам, полностью или частично игнорируя формальные правила.

Структура культурного пространства, характеризуемая вторым квадрантом матрицы, также обуславливает высокий риск проявлений оппортунистического поведения, т.к. степень разделяемости ценностей корпоративной культуры чрезвычайно низка.

**Третий квадрант «Искусственная культура»** формируется при относительной слабости социальных связей внутри организации, когда сотрудники считают подчинение нормам и правилам института «корпоративная культура» более интересным с точки зрения

личной выгоды. Слабость норм и ценностей института «организационная культура» может быть вызвана наличием множества субкультур с противоречивыми ценностями и интересами. Степень вероятности оппортунистического поведения снижается по сравнению с другими квадрантами матрицы. Качественные характеристики данного культурного пространства задаются «сверху» и защищаются «сверху» центральными агентами организации.

**Четвертый квадрант «Органичная согласованная культура».** Институты «корпоративная культура» и «организационная культура» эффективно дополняют друг друга. Процесс создания данного культурного пространства осуществляется двуединым процессом: корпоративная культура создается «сверху» и защищается «сверху», организационная культура создается «снизу», но защищается «сверху». Внешняя мотивация сотрудников трансформируется в их самомотивацию с внутренним регулированием границ и характеристик вариативности поведения.

В рамках четвертого квадранта матрицы персонал не ориентирован на проявление оппортунистического поведения, т.к. сотрудникам выгоднее придерживаться

норм и правил согласованного культурного пространства с позиции снижения целого комплекса транзакционных издержек и увеличения личной выгоды.

Таким образом, четвертый квадрант можно охарактеризовать как согласованное культурное пространство. *Согласованное культурное пространство – это таким образом организованное пространство, при котором лакуны формальных правил института «корпоративная культура» органично и однонаправленно заполняются неформальными нормами и правилами института «организационная культура».*

Выживание и успешное развитие организации во многом зависят от поддержания «разделяемого» равновесия между этими институтами. Даже самое общее представление о природе институциональной устойчивости позволяет признать, что невозможно ограничить людей какими-либо по желанию созданными институциональными рамками и полагать, что эта конструкция будет эффективно работать. Сконструированные институты обязательно должны быть дополнены неформальными конструкциями. Только в этом случае можно говорить об устойчивости институционального образования.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Stiglitz J.E.* Information and Economic Analysis // A Perspective. Economic Journal. 1985. Supplement 95. P. 21–41.
2. *Jensen M.C., Meckling W.H.* Theory of the Firm // Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. Journal of Financial Economics 3: 305–60. Reprinted in Putterman. 1986a. P. 209–29.
3. *Фуруботни Э.Г., Рихтер Р.* Институты и экономическая теория. Достижения новой институциональной экономической теории: Пер. с англ. СПб.: Изд. дом СПб. гос. ун-та, 2005.

Статья представлена научной редакцией «Экономика» 14 апреля 2009 г.