

ДИЛЕМАТА ФИРМА - ПАЗАР В КОНЦЕПЦИЯТА НА РОНАЛД КОУЗ

Пламен Чипев

THE ALTERNATIVE FIRM-MARKET IN RONALD COASE'S CONCEPT

Plamen Tchipev

Abstract

In November 1937 Ronald Harris Coase published his fundamental article "The Nature of the Firm", throwing the gauntlet to neoclassical economics, which could not be responded properly already 80 years. The task presented by Coase to the economic community is simple to failure. Reminding us, that in the economic system, led by the free price movements in which all resources are allocated by the price mechanism, we find, in the words of a contemporary economist, "islands of conscious power in this ocean of unconscious cooperation like lumps of butter, which coagulating in a pale of butter", the great scholar asked: why do we need that at all? Why, in the coordinating role of the market does appear the inevitable figure of entrepreneur-coordinator, who leads the production? Indicating that the company and the market are alternative ways of organizing, Coase released genie out of the bottle, because the answer he provided, actually launched an endless string of debates, hypotheses, competing explanations – what exactly is the nature of the company. This paper aims to provide a more detailed look at the essence of the dilemma posed by Ronald Coase, paying tribute to the anniversary of the issue of his genius work.

Въведение

Наскоро се навършиха 80 години от първата публикация на „Естеството на фирмата“ на Роналд Коуз. От тогава тази малка статия има над 90 различни препечатки само на английски в различни сборници и специални издания. Според Google Scholar към ноември 2017г. има почти 40 хиляди цитирания, над 1300 - само за последната година. Очевидно е, че имаме пред себе си рядък феномен на научно визионерство, засегнал толкова важен и дълбинен проблем, че реперкусиите от публикацията не престават и до днес. Въпреки, че

по същество, оригиналното решение на проблема за съществуването на фирмата лансирано от статията не се отрича, дебатът породен от нея, като че ли се разраства непрекъснато. И това става по две направления. От една страна, статията дава изключителен тласък на научното дирене в посока разкриване на основите на фирмата, който става основа на цяло ново направление в икономическата теория – икономиксът на транзакционните разходи, и чрез него на неонинституционализма. От друга – поражда стремеж да се предложат допълващи или алтернативни решения на поставения проблем.

Работата е в това, че макар авторът да декларира привързаността си към маржиналната или неокласическата парадигма за икономическата система, той повдига въпроси, които излизат далеч извън конкретното поле на последната и засягат основни методологични проблеми за характера и функционирането на икономическата система. Представеният доклад цели да види концепцията, и статията, на Роналд Коуз в по-широк системен план, с цел да се открият по-ясно особеностите, както на проблема, така и на предложеното от автора решение, чрез създаването на концепцията за транзакционните разходи.

Значимост

Няколко са основните източници на значимост на публикацията, съответно на пред ложената от автора *концепция за естеството на фирмата*. Преди всичко, работата пред лага последователен методологичен характер. Затова започваме нашия анализ оттам.

Статията дава фундаментален поглед върху икономиката. Коуз подчертава, че една от основните слабости на икономическата наука е пропускът да разкрие *имплицитно своите допускания*, да изследва основите върху които е изградена (Коуз, 2003 с. 32). Затова той подчертава, че икономиката се третира, като система, която е автоматична (следи сама за себе си), самонастройва се, при която отделните компоненти работят координирано, нехаотично. Нещо повече той ни казва, че предлагането се нагажда към търсенето, при това без необходимостта от централен контрол, и планиране. Макар, че Коуз не адресира точно този пункт към маржиналистката традиция, той го изгражда на основата на вижданията на множество съвременни му автори, на първо място анализа на Хайек в „Посока

на икономическото мислене¹, публикуван през 1937 (Науек, 1933) г. Чрез тях той изгражда един *системен* поглед към икономиката, в който основен организиращ и координиращ механизъм е *пазарът*, или още, *ценовият механизъм*.¹

Статията, и по-точно, концепцията, която Коуз лансира за фирмата генерира интерес, като поражда допълващи и конкурентни обяснения. От една страна, това е *Икономиксът на транзакционните разходи* (ИТР), който чрез О. Уилямсън се оформя не просто, като ново направление, но има и претенции да възроди институционалната парадигма на Веблен под формата на *неоинституционализма*. На основата на ИТР, пък се оформят нови подходи в други социални науки, вкл. *Право и икономика* и др. От друга страна - отприщва научното търсене за всевъзможни други решения обясняващи съществуването на фирмата – юридически, управленски, мрежови, психологически и пр.

Не-малко е значението и на внушението, което подходът на Коуз прави, за преодоляване на важни слабости на доминиращата парадигма. Напр. една от главните критики за липса на институционална дименсия в неокласическата парадигма, изглежда преодоляна, при това без да се накърнява интегритета на маржиналисткия анализ. Реално обаче, това преодоляване не се случва и формулировката на Коуз не става интегрална част от икономикса и не се свързва органично с проблематиката на микроикономиката; разглежда се по-скоро, като допълнение и като елемент на *Индустриалния икономикс*. Така напр. в учебника на Грегъри Манкю, който нашумя напоследък, Коуз присъства единствено в раздела за частно разрешаване на външните ефекти, но не и при дефинирането на фирмите.

Най-голямо значение за теорията, според мен, има фактът, че концепцията е последователно икономическа, при това в рамките на доминиращата маржиналистка парадигма. Коуз използва единен икономически критерий – *пределната субституция*², (нарича го

¹ В един пункт, този поглед дори граничи с еволюционните принципи – „обществото се превръща не в организация, а в *организъм*“ (Коуз, 2003 с. 33).

² Фактор А се преразпределя от У към Х докато пределната им производителност се изравни (Коуз, 2003, с. 33).

инструментариум на Маршал) за дефиниране на цяла поредица от категории.

Така, е икономически изведено възникването на фирмата; тя възниква защото организира разпределението на ресурсите по-ефективно, с по-ниски разходи от пазара. Съответно се извежда и дефиницията за фирма: „когато разпределението на ресурсите (в рамките на договора) зависи ... от купувача, може да стане връзка, която наричам фирма.“ (Коуз, 2003, с. 37). Нещо повече, и фигурата на предприемача е изведена от същия критерий – „По-нататък ще използвам понятието “предприемач” в ролята на индивида или индивидите, които в условията на конкуренция заместват ценовия механизъм в разпределението на ресурсите“ (Коуз, 2003, с. 34).

В същата логика се дефинира и *размера на фирмата* - всяка дейност може да се включи или изключи от фирмата (вкл. и управлението *per se*) в зависимост от критерия, дали пределният приход е по-голям или по-малък от пределния разход направен за нея (Коуз, 2003, с. 39). А „*комбинирането*“ и „*интегрирането*“ са актове по хоризонтално и вертикално включване на дейности респективно, от една фирма към друга или от пазара към фирма (Коуз, 2003, с. 42).

Чрез тази последователна логика, Коуз убедително доказва, че е необходимо фирмата да се изведе от нейната функция. Това е именно икономическо, а не социологично, философско и пр. дефиниране на фирмата, и в него е силата, която прави статията непреходна, за разлика от други дефиниции, чийто автори избират всевъзможни други основания³ и после легитимно си ги оспорват един на друг.

³ Ще илюстрирам с една сравнително скорошна такава. В нея Т. Лоусън, не само че изключва критерия на Коуз, но и го обвинява, че анализът му *не* анализира „природата на фирмата“. "(Съвременната) фирма е просто определена общност, понастоящем юридически позиционирана, формално регистрирана в рамките на по-широка, типично национална (или международна) общност, като съществуваща под-общност на последната, ориентирана към колективно координираното производството на стоки и/или услуги, които се продават на други лица по начин, който е предназначен да бъде изгоден за (поне част от) членовете на общността. Обикновено тази изгода (или част от нея) се тълкува като "печалба" (Lawson, 2014 с. 2).

Постановка на проблема у Коуз

Роналд Коуз подхваща много важен проблем; от гледна точка на стандартната тогава икономическа теория, механизмът на разпределение на ресурсите действащ в нея е обратен на приемания за върховно ефективен – пазарния или наричан още, ценови механизъм. Отгук и фирмата остава недефинирана, защото съществуващите в нея принципи на алокация на ресурсите просто не би трябвало да възникнат, ако е валиден основният принцип на неокласическия анализ.

В изходния пункт на анализа, Коуз в същност влиза в неявен спор с Хайек и неговото разбиране, че плановата координация в икономическата система е несъвършена и съществува само за да се противопостави на пазарния механизъм. Коуз конфронтира този възглед с реалността, посочвайки, че са налице множество слу чаи, когато съзнателно управление, или икономическо планиране, както още го нарича, измества ценовия механизъм и поема алокацията на ресурсите, цитирайки сполучливо друг икономист, сочещ - „ние намираме острови на съзнателно управление в този океан от несъзнателно взаимодействие, бучки масло, които коагулират във ведро с мляко“ (Коуз, 2003, с. 34).

Това е ключов момент в статията. Изправен пред несъответствието на маржиналистка та парадигма с реалността, той запазва валидността на принципа за пределна субституция, а отхвърля, поточно модифицира, концепцията на Хайек за неефективността на плановия механизъм. Подлагайки на съмнение разбирането на Хайек за координиращия механизъм на икономическата система, Коуз всъщност верифицира валидността на принципа за пределна субституция. Както е добре известно, принципът е ключов за маржиналната теория и се използва за извеждане на пазарните цени, мотивацията и посоката на действие на икономическите агенти, оптималния размер на производството и пр. Коуз показва, че той е приемлив и за дефиниране на фирмата, стига да се допусне, че са налице определен вид разходи, които пазарът не може да минимизира.

Транзакционните разходи – великото откритие на Коуз?

Коуз приема, че има разходи, които пазарът не минимизира, по простата причина, че те произхождат от него. Причината им е в са-

мата същност на трансакциите – за установяване на цените, по изпълнение на договорите, или в непълнота на договорите, по-специално за дългосрочните и особено, когато е намесен предмет на този договор е факторът труд. При това доста подробно разяснява, че причината за тях не е наличие или отсъствие на гарантиран съответно остатъчен доход, формата на плащане, нито неопределеността, която Knight (1933) изтъква, нито в различното *данъчно третиране* на фирма и пазар, макар да приема, че то би могло да стимулира размера на фирмите, след като вече са възникнали.

В същото време, Коуз не предлага подробно дефиниране на тези разходи, а ги определя най-общо, като маркетингови. Едва впоследствие, те са наречени *транзакционни*, а тяхното непрекъснато разширяващо се идентифициране взема застрашителни размери, не само в *Икономикса на транзакционните разходи*, лансиран от О. Уилямсън.⁴

Основното, което интересува Коуз е, че „съществува цена за използването на ценовия механизъм“ (Коуз, 2003 с. 36), т.е. пазарът *сам по себе си* трупва разходи. Техният характер е есенциален – те могат да се намалят, но не и да се елиминират от действието на пазарния механизъм.

Така, се появява *икономическа* необходимост от фирмата, която може да ги елиминира, просто като замести пазарното с административно (планово, или пр.) разпределение на ресурсите, при което тези разходи просто да отпаднат. В това си качество, тези разходи, вече служат за *дефиниране на фирмата* – „когато разпределението на ресурсите (в рамките на договора) зависи ... от купувача, може да се получи връзка, която наричам фирма“ (Коуз, 2003 с. 37).

Във фирмата може да се *включи или изключи* всяка дейност в зависимост от критерия – *пределният разход* направен за нея да е по-малък от разхода направен за същата дейност през пазара. По този начин функцията на пазара по алокация на ресурсите, става лимитирана. Тя действа дотолкова, и само доколкото, разходите при-

⁴ Неслучайно Стенли Фишър заявява - „почти всичко може да бъде рационализирано, чрез привикване на удобно специфицирани транзакционни разходи“ (Fischer, 1977, п. 5).

чинени от самия пазар, не се поддават на намаление чрез включването им във фирмата. Коуз свързва последното с нехомогенния характер на маркетинговите разходи, при който има специфични разходи, които са по-ниски при организирането им от пазара, както и обратното. Това значи, че в неговия модел на икономическата система част от дейностите *трябва* да се осъществяват през фирмата и част през пазара.

Обема на настоящия доклад не позволява да разгърнем подробна критика на тази теза, но е необходимо да отбележим две слабости на предложеното решение.

Характер на дилемата пазар-фирма

Коуз определя транзакционните, или *маркетинговите*, разходи, както той ги нарича, като принадлежащи на сферата на обръщението, като разход породен и затворен в рамките на размяната.

Това противоречи на основен принцип на класическата политическа икономия. Принцип, който макар и негласно е приет и от неокласическата парадигма. А именно, размяната не може и не бива да участва в създаване на стойността. Класиците развиват този принцип като отрицание на меркантилистката идея, че стойността се създава в хода на разменните отношения, и че националното богатство се увеличава от търговията. Наистина, дори те си дават сметка, че това не би било възможно в разменни отношения вътре в националните икономики и затова подчертават, че принципът се отнася до външната търговия, което пък води до политика на ограничаване на износа на злато, като материално възплъщение на стойността. Развитието и прилагането в теорията на този принцип у класиците, които насочват цялото си внимание към производствената сфера не създава затруднения.

По друг начин стои той у неокласиците. Формирайки цената, като математическа пресечна точка на функциите на търсене и предлагане, парадигмата прави принципа неявен. Това, по всяка вероятност, е причина Коуз да приеме, че част от разходите за един продукт (или процес) могат да се причиняват, както от производствени така и от разменни дейности. Предпоставка за такова смесване е налице и при класиците, защото действително част от операциите

по даден продукт се реализират в сферата на обръщение – разфасоване, опаковане, и пр., но парадигмата приема, че това е *продължение на производствения процес* в обращението, а не изключение от принципа.

Макар и в неявен вид, и неокласическата доктрина спазва същия принцип и изисква размяната да става на *еквивалентен принцип*. Двата контрагента си разменят еквиваленти, независимо че става дума за оценка на полезности. Работата е в това, че ако единият получава повече полезност от другия след размяната, това, или би отприщило верига от непрекъсващи актове на размяна или, вероятно, би направило размяната невъзможна. Когато Коуз допуска, че единият от двата контрагента (фирмата) трупва разходи от самия разменен акт, той допуска, че единия губи за сметка на другия. Ако и двата трупат еднакви разходи, то отчитането им се обезсмисля, както се обезсмисля и процеса по размяна сам по себе си. Получава се модел на пълна автархия, при който всеки си произвежда сам всичко. Който и да е верния отговор, той не може да се използва като обяснителен мотив за възникването на фирмите, защото нарушава принципа за еквивалентност на размяната.

Така стигаме до втората особеност на предлаганата от Коуз дилема *пазар-фирма*, двата механизма се разглеждат като *алтернативи*. Изборът дали да се приложи единия или другия механизъм за алокация на ресурсите, не е въпрос за решение, а за действието на икономическата система. „Извън фирмата ценовите движения ръководят производството, което се извършва посредством множество разменни операции на пазара. В рамките на фирмата тези трансакции изчезват и на мястото на сложната пазарна структура идва предприемачът-координатор, който направлява производството. Ясно е, че това са алтернативни начини за неговото координиране... Може да се приеме, че отличителния белег на фирмата е заместването на ценовия механизъм“ (Коуз, 2003, с. 34).

Така икономическата структура, по-точно структурата на икономическите агенти, или със езика на общата теория на системите, структурата от елементи, на тази система възниква, като резултат на развитието на производството, на технологиите и организацията. С

развитието на технологиите или на организацията, тя *по необходимост* се променя, а елементите растат. Коуз потвърждава това с примера който дава за телефона и телеграфа (Коуз, 2003, с. 42). Това води до непрекъснато нарастване размера на фирмите и в същото време до усложняването им, чрез комбиниране. Това се вижда от схемата, с която той илюстрира как се преодоляват изискването за оптимален обем на производство, поставено от същата тази маржиналистка парадигма, от която изхожда и неговия анализ⁵.

Подобен анализ обаче, предполага наличието на голям брой отделни, специализирани и раздробени *предварително процеси*. Т.е. пазарният механизъм е първично постулиран и винаги съществуващ – от него отпадат едни или други дейности и преминават към фирмата. Дори и да останат някои, поради това, че както отбелязва Коуз с ръста на размера, нарастват грешките от мениджърски решения и намалява „възвращаемост на мениджмънта“, то като цяло дейностите координирани, чрез пазарния механизъм непрекъснато намаляват. А това означава повече или по-малко, че икономиката не сама се превръща в една голяма фирма. А и че е възникнала от едно безкрайно разчленено и специализирано състояние на разделението на труда, състояние което лошо кореспондира със стопанската история.

Мястото не ни позволява да разгърнем тук дебата за реалните причини водещи до възвикване на фирмата, нито за другите проблеми с неокласическата туюретична парадигма, които решението на Р. Коуз поражда, затова се ограничаваме само с показване на някои противоречия които концепцията за транзакционните разходи поражда.

Заклучение

Статията „Естеството на фирмата“ на Роналд Коуз безспорно повдига един изключителен по своя характер и значение проблем за верифициране на маржиналистката икономическа парадигма. Ясна-

⁵ Отделен въпрос, е че този анализ внушава, непрекъснатото разширяване на продуктовата структура, т.е. комбинирането като доминиращ механизъм за конкуренция и подценява специализацията и разделението на труда.

та логика, последователния икономически анализ и оригиналността на решението не случайно вече 80 г. инспирират научен дебат в няколко направления на икономикса. В същото време дебатът не само не затихва, но се и разгаря, като се лансират непрекъснато нови и различни подходи. И това се дължи между много други причини и на вътрешните противоречия в самата концепция за транзакционните разходи предложена от автора като решение на проблема.

Използвана литература

1. HAYEK, F. A., (1933). The Trend of Economic Thinking. - *Economica*, May 1933.
2. KNIGHT, F. H., (1933). Risk, uncertainty and profit: with an additional introductory essay hitherto unpublished. London school of economics and political science. (цит. по Коуз, 2003).
3. FISHER, S., (1977). Long-Term Contracting, Sticky Prices, and Monetary policy: Comment. *Journal of Monetary Economics*, 3(3), 317-323.
4. MANKIW, N. G., (2011). *Principles of Microeconomics* (6 edition). Mason, OH: Cengage Learning.
5. КОУЗ, Р., (2003). Природата на фирмата. *Икономическа мисъл*, кн. 3, с. 32-49.