
М.В.Білоусенко, канд. екон. наук
Донецький національний технічний університет

СТРУКТУРА ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ

Стаття підкреслює відсутність теорії ринку як інституту індустріальної економіки. Розглядаються неокласичні і неоінституціональні підходи до цього інституту. Підкреслюється технологічно-відтворювальна структура ринку, обґрунтовується його роль як механізму відбору структур витрат і фірм-виробників.

З часу, як в 1937 році Р.Коуз порушив питання про природу фірми і дав на нього відому відповідь, увівши категорію трансакційних витрат, не стихають суперечки про відмінності внутрішньофірмових відносин від ринкових трансакцій. У цих дискусіях, як не дивно, у фокусі уваги в основному перебуває саме економічна організація, тоді як ринок вважається чимось само собою зрозумілим і таким, що не вимагає подальшої концептуалізації. Ймовірно, це пов'язано з первинною мотивацією роботи самого Коуза – відсутністю в неокласичній теорії власне теорії фірми як основного економічного інституту індустріальної економіки, а також з тим, що неокласика вважається переважно теорією ринків (ринкової рівноваги) і теорією, що вичерпно описала цей предмет.

Проте, як не дивно, в самій неокласиці роль цього економічного інституту не менш туманна, ніж роль фірми¹. Це підтверджується тим відзначенням М.Сойєром фактом, що не тільки на рівні економічних словників, а й у підручниках (західних) немає його визначення, відсутність якого свідчить про серйозний концептуальний "провал" економічної теорії².

¹ Див. Коуз Р. Фирма, рынок и право. – М., 1993. – 192 с.

² Sawyer M. The Nature and Role of the Market / Transaction Costs, Markets and Hierarchies / Ed. by Ch.Pitelis. Blackwell, Oxford. – 1993. – P. 21.

Поза підручниками з мікроекономіки автори трактують ринок як обмін товарами і послугами. Так, С.Мосс, П.Буксманн и Д.Гебауер визначають його як велику кількість продавців и покупців взаємозамінних товарів і велику кількість посередників між ними, Е.Розенбаум вважає, що ринок – це добровільний, регулярний і конкурентний обмін, а Ф.Фурі трактує його як фізичний і соціальний простір, на якому товари и послуги обмінюються між покупцями и продавцями. Осібно стоїть австрійська школа, в якій розроблена парадигма ринку як механізму передачі інформації, відкриття і навчання: Moss S. Markets and Macroeconomics: Macroeconomic Implications for Rational Individual Behaviour. Oxford: Blackwell, 1984, p.38; Buxmann P., Gebauer J. Internet-based intermediaries – the case of the real estate market / (<http://groups.haas.berkeley.edu/citm/publications/papers/ecis98-buxmann-gebauer.pdf>), p.3–4; Rosenbaum E. What is a Market? On the Methodology of a Contested Concept / (<http://www.econ.cam.ac.uk/seminars/realist/events/conf2000/papers/Download/R'baum.rtf>), p.19–20; Fourie F. The Nature of the Market: A Structural Analysis / Rethinking Economics: Markets, Technology and Economic Evolution / Ed. by G.Hodgson and E.Screpanti. Aldershot: Edward Elgar, 1991. – P. 40–57; Эбеллинг Р. Роль австрійсь-

Якщо ж виходити з більш вузьких потреб вирішення питання, порушеного Р.Коузом, то й тут до кінця прояснити "природу" фірми не вдасться до тих пір, поки не стане можливим визначити незалежно й "природу" ринку. В неоінституціональній економічній теорії (НИЕТ) розв'язання проблеми фірми зводиться до визначення ефективності "фірми" і "ринку" як механізмів координації, яка розуміється як здатність економити трансакційні витрати. Оскільки фірма і ринок здійснюють координацію одних і тих самих трансакцій, то можливе їх взаємозаміщення (взаємоперехід)³. Тому сутність обох механізмів нерозривно зв'язана, і "внутрішня" природа фірм розкривається через недостатню ефективність (провали) ринку⁴. Але неоінституціоналізм не розвиває свою власну теорію ринку, вважаючи, що неокласична парадигма зробила все, що потрібно. Це якраз і заважає визначити природу економічної організації. Тому можна стверджувати, що неокласичний підхід до ринку, в якому відсутнє його визначення, і неоінституціональна теорія фірми потребують уточнення одного із своїх основних будівельних елементів. Спробою намітити шляхи вирішення цього завдання і є дана стаття.

Неокласика

По суті, неокласична теорія після А. Маршалла, обходячись без визначення, розглядає ринок як сукупність автономних агентів (виробників і споживачів), що мають особистий інтерес і зв'язаних через ринкові трансакції. Точніше, ринок в неокласиці є сукупністю добровільних операцій обміну між атомарними суб'єктами, які переслідують мету максимізації індивідуальної користі⁵. Основними суб'єктами обмінних операцій (трансакцій) є фірми-виробники і споживачі. Споживачі і фірми мало чим відрізняються один від одного: хоча фірми максимізували прибуток, а споживачі – індивідуальну користь, та поведінка перших моделюється на підставі теорії споживачької поведінки (мінюються обмеження і мета), і внутрішня структура не розглядається, тобто фірма трактується як монолітний індивід⁶. Як стверджував Ф.Махлуп, фірма в неокласиці – не більше ніж умоглядна (абстрактна) конструкція, що допомагає пояснити зміни обсягів виробництва і цін⁷. Об'єднує споживача і виробника єдиний посередник інформаційного характеру – уніфікована ціна, що виникає на основі коливань попиту і пропозиції⁸. Уніфікована ціна – це причина і наслідок прагнення ринків до "загальної рівноваги", спря-

кой школы в развитии мировой экономической мысли XX в. // Экономика и математические методы. – Том 28. – Вып.3 (май–июнь). – 1992. – С.347–363.

³ *Williamson O.* The Mechanisms of Governance. – Oxford University Press, 1996. – P. 101–119.

⁴ Неизменное основание всех работ О.Уильямсона – "в начале были рынки" (in the beginning there were markets), см.: *Williamson O.* Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications. – Free Press: New York, 1975. – P. 20.

⁵ *Sawyer M.*, Ibid., – P. 27–28.

⁶ *Luksha P.* Niche Construction: The Proposal for Reconsideration of Organization–Environment Interaction. – Paper presented at the European Network on Economics of the Firm Workshop, Rotterdam, 8–9 September 2005.

⁷ *Махлуп Ф.* Теории фирмы: маргиналистские, бихевиористские и управленческие / Вехи экономической мысли. Теория фирмы. – СПб., 1995. – С. 82, 84.

⁸ *Sawyer M.*, Ibid. – P. 22–25. Передбачається, що жодної різниці в розподілі ринкової влади немає, а якщо така є, то це вже свідчить про недосконалість ("провали") ринку.

мованість на яку всіх окремих ринків веде до ефективного розподілу обмежених суспільних ресурсів. Туди, де ціни (а отже, і прибутки) вищі, йде приплив капіталів (підприємців, власників капітальних ресурсів і праці), створюються нові фірми, росте обсяг виробництва. Звідти ж, де ціни, навпаки, падають, йде відплив капіталів, скорочується кількість фірм і знижуються обсяги виробництва, поступово вирівнюючи розподіл ресурсів між альтернативними видами застосування. Тому ринок, децентралізований тип відносин, в неокласиці вважається найефективнішим механізмом алокації ресурсів суспільства⁹.

Неоінституціоналізм

НІЕТ фактично зберегла описане вище уявлення про ринок, лише додавши до нього своєрідне тертя – витрати трансакцій, які швидше спотворюють безперешкодну дію ринкових сил, що рухаються до "загальної рівноваги", ніж міняють саму природу мінових відносин між агентами¹⁰. Тому Х.Демсец небезпідставно стверджував, що *laissez-fair* – це досконала конкуренція плюс трансакційні витрати¹¹.

Проте уявлення НІЕТ про провали ринку як про феномени "людської природи", тобто такі, що мають соціальне, а не технологічне як, наприклад, природні монополії в неокласиці, походження, є значно більш фундаментальним і глибоким. Так, серед трьох причин, що визначають у теорії О.Уільямсона виникнення фірми, дві є суто "людськими" – обмежена раціональність і опортунізм. Фірма в його концепції – це механізм управління, що забезпечує "економію на обмеженій раціональності, одночасно захищає трансакції від загрози опортунізму"¹². Значення цього підходу в тому, що відносини людей ("трансакції") народжують особливі проблеми, які зрештою можуть бути зафіксовані через суму трансакційних витрат, що впливають з них, а значить, вплинути на загальну ефективність вибраного механізму координації, у тому числі й ринку. Отже, якщо ми хочемо аналізувати природу ринку як координуючу систему, нам необхідно досліджувати ті відносини і проблеми, які виникають між індивідами, пов'язаними операціями обміну, а не тільки процес формування ринкової ціни. Це, у свою чергу, передбачає розгляд стимулів діяльності економічних агентів, ступені узгодженості їх взаємодій, результативності взаємодій, накопичуваних досвіду і знань у рамках даної форми взаємозв'язку.

У цьому плані, НІЕТ в особі Уільямсона вважає, що "ринок" і "фірма" відрізняються силою стимулів до здійснення коопераційних дій: ринок створює сильні стимули (*high-powered incentives*), а фірма – слабкі (*low-powered incentives*)¹³. Пов'язано це з тим, що ринок чітко і однозначно прив'язує результат діяльності суб'єкта (прибуток, виручку) до самого суб'єкта (загроза

⁹ Demsetz H. *The Economics of the Business Firm: Seven Critical Comments*. Cambridge, Cambridge University Press, 1995. – P. 8.

¹⁰ Лукаш П., Белоусенко М. Экономическая организация: на пути к синтетической теории // Вопросы экономики.– 2006.– № 2.– С.105.

¹¹ Эггертссон Т. Экономическое поведение и институты. – М., 2001.– С.147.

¹² Williamson O. *The Mechanisms of Governance*. – P. 46–47.

¹³ Уильямсон О. Экономические институты капитализма: фирмы, рынки, "отношенческая" контракция.– СПб., 1996. – С. 220–267.

банкрутства). Фірма ж, у спробі погасити опортунізм, вводить форми оплати праці, прив'язані швидше до місця людини в самій фірмі (стаж, місце в ієрархії управління), а не до конкретного результату. Також у команді неможливо точно виміряти граничний продукт кожного працівника і винагороджувати відповідно до його внеску в загальний результат¹⁴. Крім того, у фірмі з'являється бюрократична інерція, що, зрештою, зупиняє зростання ефективності даного механізму координації, балансуючи його межі і межі ринку¹⁵. Тим самим, НІЕТ неначебто зберігає "перевагу" ринку по ефективності (забезпеченні мотивації до діяльності) над фірмою, лише вказуючи на відмінності в силі стимулів в рамках обох механізмів.

Технологічно-відтворювальна структура ринку

Отже, ми маємо два підходи до ринку: неокласичний і неоінституціональний. Перший розглядає його як механізм алокації ресурсів, а другий – як механізм координації, що створює особливі стимули для взаємодіючих суб'єктів, але і там і там ринок – це сукупність трансакцій обміну між індивідами. Чи вичерпують ці погляди структуру ринку?

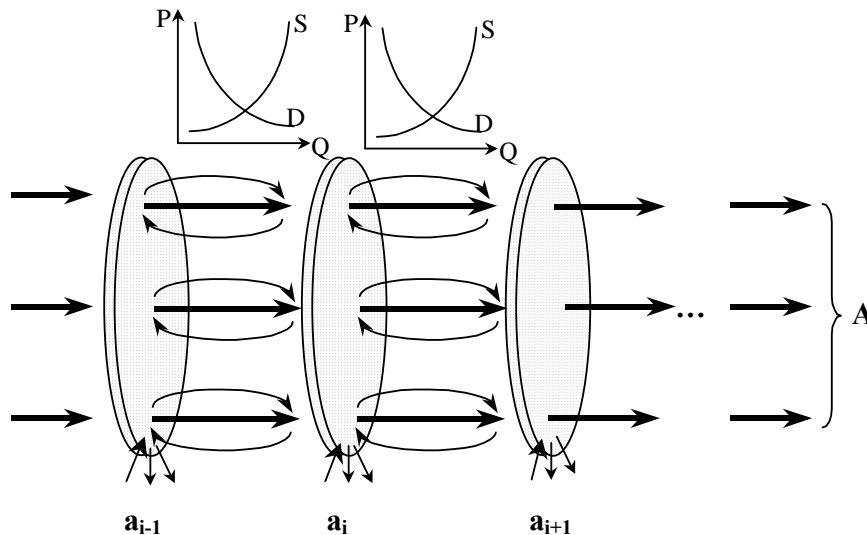
Неокласична теорія і НІЕТ, розмірковуючи про обмінні взаємозв'язки індивідів, випускають з-під уваги важливу деталь ринкового обміну, що пов'язано з граничним мікроекономічним фокусом обох концепцій і ізольованим розглядом трансакцій: вони забувають про реальну структуру економічної діяльності, яку аналізують. Якщо ми дещо розширимо свій погляд на обмін, то побачимо, що у формі обміну між суб'єктами економіки (хай навіть і атомарними максимізаторами особистої вигоди) здійснюється переміщення напівфабрикатів безліччю стадій виробництва різних продуктів. Тобто будь-яка одинична трансакція обміну, якщо не розглядати її ізольовано, забезпечує чи переміщення напівфабрикату від однієї стадії виробництва до іншої, або від останнього в технологічному ланцюжку виробника до споживача, незалежно від того, опосередкована вона рухом грошей або здійснюється на бартерній основі, і від того, в якій контрактній формі здійснюється. Таким чином, ринок як сукупність добровільних операцій обміну – це особливий спосіб переміщення напівфабрикату уздовж технологічного ланцюжка виробництва конкретного продукту.

Але це ще не все. Коли говорять про ринок, передбачається наявність конкуренції. Кожна фаза виробництва будь-якого продукту складається з безлічі виробників одного напівфабрикату, тобто схожих, приблизно однорідних продуктів. Безліч виробників, що становлять кожну фазу або галузь, є одночасно покупцями напівфабрикату для виробництва свого продукту в галузі, що розташована далі (лівіше, див. рисунок) від кінцевого споживача і продавцями суб'єктам подальшої стадії-галузі. Кожний суб'єкт, виробник напівфабрикату a_{i+1} , торгується з неспецифікованим велика кількість суб'єктів, виробників напівфабрикату a_i , що входить до складу a_{i+1} , за якнайкращі умови придбання (min ціну і max якість), те саме правильно і в зворотному значенні: кожний a_i

¹⁴ Alchian A., Demsetz H. Production, Information Costs, and Economic Organization // American Economic Review. 1972. – V.62. – P. 778–781.

¹⁵ Уильямсон О. Экономические институты капитализма: фирмы, рынки, "отношенческая" контракция.

торгується з множиною a_{i+1} . Відповідно, в результаті торгів полягає контракт поставки продукції¹⁶.



Крпки – кількість виробників (галузь), що здійснюють одну з фаз виробництва товару **A**. Широкі стрілки – переміщення напівфабрикатів від однієї фази виробництва до іншої, напівкруглі стрілки – торги і обмін правами власності в процесі здійснення обміну (трансакції). Маленькі стрілки – потік виробників, що входять і виходять з галузі. Переміщення напівфабрикатів по фазах відтворення опосередковується торгами і конкуренцією (взаємодією попиту **D** і пропозиції **S**).

Рисунок. Технологічно-відтворювальна структура ринку

У ході торгів, що супроводжують трансакції обміну автономних спеціалізованих суб'єктів виробництва і споживання, виробник напівфабрикату a_{i+1} не контролює процес виробництва (праці) свого контрагента a_i , але тільки кінцеву якість продукту і ціну. Тобто він, в конкуренції з іншими представниками фази a_{i+1} за напівфабрикат a_i бачить і оцінює лише кінцеві параметри виробництва своїх контрагентів. А такими є ціна і якість продукту a_i , але не процес його

¹⁶ Як не дивно, в неокласичній теорії, як показала ще австрійська школа, немає місця конкуренції: в умовах загальної рівноваги підприємці не мають підстав для пошуку шляхом процедури відкриття нової інформації про ціни, нових можливостей отримання прибутку, див.: *Ебеллінг Р.* Роль австрійської школи в розвитку мирової економічної думки ХХ в. // *Економіка і математическіе методи.* – Том 28. – Вып. 3 (май–июнь). – 1992. – С. 347–363. Недавно У.Лацоник підкреслив, що репрезентативні фірми неокласики об'єктивно не можуть конкурувати через повністю ідентичну структуру витрат, до того ж самі структури витрат формуються зовні і поза фірм на галузевому рівні, а вони під них лише підлаштовуються (збільшують обсяг виробництва до точки рівності MR і MC, після чого завмирають у рівновазі, якщо немає зовнішніх шоків), див.: *Lazonick W.* *Business Organization and the Myth of the Market Economy.* Cambridge, MA: Cambridge University Press, 1991. – P. 92–111; *Lazonick W.* *The Theory of Innovative Enterprise* ([www.insead.edu/lazonick/Lazonick The Theory of Innovative Enterprise Feb 2004.pdf](http://www.insead.edu/lazonick/Lazonick%20The%20Theory%20of%20Innovative%20Enterprise%20Feb%202004.pdf)). Насправді, конкуренція в реальності примушує фірми, чи то окремі неокласичні атомарні індивіди-підприємці, чи великі корпорації, генерувати різні структури витрат і якість продукції в боротьбі за стійкі конкурентні переваги, див.: *Lazonick W.*, *Ibid*; *Белоусенко М.В.* *Организационная конкуренция* // *Вестник экономической науки Украины.* – 2005. – № 2(8). – С. 18–29.

створення, не стимули, напруженість праці і ступінь використання устаткування, якими б вони не були.

Покупці ж, що є у свою чергу виробниками, вимагають таких цін, тобто таких витрат виробництва продавців, які дозволили б і їм у свою чергу здійснювати нормальне виробництво, тобто відтворювати себе, реалізуючи свою продукцію. І так по всьому технологічному ланцюжку **A**. Але ціна і якість для кожного виробника відображають його відтворювальний центр гравітації, тобто витрати ресурсів на виробництво продукту-напівфабрикату. Тобто у формі ціни, a_{i+1} оцінює витрати виробництва a_i . Таким чином, ті a_i , які з якої-небудь причини не влаштовують a_{i+1} , якщо вони не знаходять покупців за своєю ціною (на свої витрати і якість) продукту, або ж якщо ціна не відшкодовує їх витрати (вони не можуть купити ресурси a_{i-1} за ціну від реалізації a_i , щоб повторити виробництво в тих самих масштабах), залишають галузь (у формі виходу з неї організації або у формі придбання іншими її ресурсів, банкрутства)¹⁷. Якщо враховувати, що кожний продавець-виробник – це одиниця засобів виробництва плюс робоча сила і це є обмежені суспільні ресурси, то відбір виробників через відбір структури витрат є алокація суспільних ресурсів. Тільки так ринок, точніше конкуренція, вибираючи окремих виробників (або примушуючи їх міняти внутрішньоорганізаційні процеси) в цілому може виконувати роль неокласичного механізму алокації ресурсів. Тільки так ціна може служити гнучким передавачем інформації: вона несе інформацію про межі і процеси відтворення кожного виробника i , отже, про його вбудованість у певний технологічний ланцюжок виробництва споживацького блага.

Саме про це говорить неоавстрійська школа після Хайєка: конкуренція є процедурою відкриття, оскільки завдяки неї виявляються переваги всіх учасників суспільного розподілу праці, тобто визначається, в якій з ланок ланцюжка виробництва і обмінів кожний може проявити себе найкраще і як їм слід видозмінювати свою діяльність і положення в системі розподілу праці перед змінами, що ніколи не припиняються. Виробничі функції і криві грошових витрат, які економісти-неокласики схильні розглядати як задані, повинні бути насправді "відкриті", щоб визначити, які способи комбінування чинників виробництва і як можна було б удосконалити або радикально змінити вже відомі методи¹⁸.

У цілому, через всі галузі і через сукупність трансакцій обміну в коливаннях попиту і пропозиції здійснюється переміщення по технологічних фазах напівфабрикатів, необхідних для масового виробництва кінцевого споживацького товару **A**. Переміщення протікає в ході конкуренції між покупцями і споживачами (і в їх групах), що забезпечує відбір структур витрат окремих вироб-

¹⁷ Зрозуміло, що ще одним результатом конкуренції, який не бачить неокласика, є процес пошуку технологічних, продуктових і організаційних інновацій, який дозволяє відкрити раніше невідомі напрями перебудови (зниження) структур витрат і досягнення конкурентних переваг. Відбір структур витрат стимулює не тільки вихід з галузі, а й трансформацію організацій, тобто конкуренція є і організаційною конкуренцією, що веде до еволюції організаційних структур, див.: Білоусенко М.В. Организационная эволюция индустриальной экономики // Экономика и право. – № 3(13). – 2005. – С. 38–45.

¹⁸ Эбеллинг Р. Экономическое поведение и институты.

ників. Отже, всі визначення ринку як обміну можуть бути прийняті теорією, але тільки в тому випадку, якщо враховується відтворювальне значення цього механізму алокації ресурсів і трансакції обміну не розглядаються ізольовано.

Інституційна ефективність ринку

Ми розглянули технологічно-відтворювальну структуру ринку. У цьому плані ринок є не просто певний абстрактний механізм встановлення рівноваги, він є механізмом відбору структур витрат, а разом з ними і цілих виробників. Якщо виробники – атомарні, незалежні індивіди, то ринок (точніше конкуренція) відбирає окремих індивідів, якщо ж виробники представлені фірмами, то ринок вибирає цілі організації, здійснюючи при цьому розподіл ресурсів між різними галузями виробництва.

Але ми знаємо, що сучасне виробництво здійснюється не ринком, а фірмами (організаціями), отже, ринок доповнює їх, не будучи у змозі сам нічого виробляти. Чому? Чи не можемо ми припустити повного панування ринку і безфірмового виробництва, фактично, що є початковим станом для всіх побудов НІЕТ? Якщо такий стан буде стійким, то, можливо, права НІЕТ в тому, що тільки в якихось локальних червоточинах, "провалах" такого загального ринку можуть виникати фірми. Якщо ні, то, ймовірно, ринок займає лише певну, обмежену, хоча і важливу позицію в сучасній економіці, за межі якої він не може розширятися.

Багато в чому необхідні елементи розв'язання проблеми вже є. Доведемо до межі логіки НІЕТ, і припустимо, як робить Уільямсон, що операція a_i здійснюється великою кількістю індивідів, які укладають контракти обміну з суб'єктами, що виконують операції a_{i-1} і a_{i+1} , причому кожна одиниця устаткування на кожній стадії виробництва належить тільки одному суб'єкту. У такому разі, коли все суспільство складається тільки з таких автономних суб'єктів товарного обміну, ринок як спосіб координації праці буде і єдиним способом виробництва всіх продуктів. Хай декілька таких автономних індивідів, що виконують декілька послідовних операцій виробництва товару A ($\dots a_{i-1}, a_i, a_{i+1} \dots$), приймають рішення здійснювати координацію своєї діяльності для того, щоб отримати зростання продуктивності (конкурентна перевага) щодо команди інших виробників, що виробляють той самий продукт (створюють "організацію", в якій всі відносини зведені до трансакцій обміну). Наскільки продуктивним ("ефективним") буде такий спосіб координації господарської діяльності, чи зможе він здійснювати масове виробництво сучасного типу, засноване на постійних продуктових і технологічних інноваціях?

Ми сказали, що ринок, як і будь-який інший механізм координації, повинен народжувати особливі стимули для суб'єктів, діяльність яких він координує. Проблема стимулів виникає, коли йдеться про інтенсивну науково-дослідну діяльність, отримання нових знань, якими характеризується сучасне виробництво. Все це вимагає тісного і раціонального стикування, узгодження дій всіх спеціалізованих працівників. Ось тут-то і виникає проблема ринку як джерела особливих мотивів, ринкових стимулів, адже для досягнення вказаних цілей необхідні (а) бажання індивідів все це здійснювати і (б) інтегрованість їх цілей і бажань в єдине ціле для отримання максимальної узгодженості

у здійсненні всієї складної внутрішньокорпоративної діяльності. Чи може ринок автоматично створювати стимули, щоб забезпечити сумісне виробництво?

1. Гранична автономність агентів означає, що будь-який вид діяльності, необхідний для отримання нової продукції з низькими витратами, буде здійснений тільки в тому разі, якщо агенти свідомо і раціонально калькулюють вигоди від цього і, власне, хочуть/не хочуть цього робити. Частина видів діяльності, скажімо, не дуже помітне підвищення інтенсивності праці, може бути здійснено самостійно, а ось довгострокова інтенсифікація або перестановка робочого місця, вибір іншого устаткування для роботи, будучи повністю виправданими з погляду колективної вигоди, будуть прийняті тільки тоді, коли пройдуть через сито індивідуальної калькуляції всіх вигод і витрат кожним агентом. Як піде цей процес оцінки, куди повернеться вектор поведінки *i*-го атомарного суб'єкта – невідомо, тому невідомо, чи буде зроблена така дія окремими індивідами, навіть якщо вся решта членів команди бачить його вигідність.

Автономність має на увазі, що накопичення нових знань, необхідних для виявлення внутрішніх вигод, йде тільки від персональної зацікавленості в цьому кожного агента, тоді як саме по собі воно, особливо враховуючи потребу в активних інноваціях, які в принципі можуть здійснюватися тільки колективно, має на увазі тісно злагоджену, напружену спільну теоретичну, експериментальну, виробничу і збутову діяльність. Чи можливо це, коли на кожному етапі цієї роботи вірогідна відмова, вихід суб'єкта, що поводить себе раціонально і з якої-небудь причини вважає, що йому це не вигідно, і пошук інших контрагентів, що веде до розсіювання накопичених знань? Це також торкається і швидкості передачі необхідної інформації між всіма суб'єктами команди, яка повинна як би переміщатися через "межі" волі і заінтересованості кожного самостійного суб'єкта ринкових торгів.

2. Через те, що покупці не контролюють безпосередній процес виробництва (праці) своїх продавців, горизонт планування ними власних дій, тобто ухвалення стратегічних рішень, явно не може бути дуже великим. *По-перше*, вони до ладу не знають, який продукт, в яких кількостях і за якою ціною зможуть знайти на ринку в той або інший момент часу, *по-друге*, не можуть точно визначити кількість (пов'язану з ціною, тобто витратами продавця) і якість напівфабрикату і, *по-третє*, не можуть точно погоджувати графіки своєї трудової діяльності. І вони не можуть ніяк впливати на ці параметри, практично лише приймаючи їх як даність або ж виходячи з торгів у пошуках нового постачальника.

3. У межах команди ринкових агентів, що сумісно координують свою діяльність, єдиним можливим варіантом узгодження змін параметрів діяльності буде переукладення контрактів і їх переписування у кожному конкретному випадку, що згідно з Коузом, викликає зростання трансакційних витрат¹⁹. Але навіть якщо вони ухвалюватимуть вирішення оперативного і тактичного характеру в рамках загального збору (завершуючи його підписанням індивідуальних контрактів обміну), то через відсутність спеціалізації на зборі інформації і ух-

¹⁹ Коуз Р. Природа фірми / Природа фірми. – М., 2001. – С. 37.

валенні рішень конкурентні переваги отримати буде не можна. Введення ж такої спеціалізації приведе до трансформації групи в менеджерську фірму²⁰.

4. В умовах пошуку агентами особистої вигоди, у тому числі у формі добровільного "виходу" з команди, не виникає інтегрованості, спрямованості волі і інтересів всіх її суб'єктів на досягнення єдиної колективної мети – конкурентної переваги стосовно інших команд. Ринок не генерує лояльність в команді спеціалізованих виробників, вихід (розрив контракту і пошук нових продавців-покупців) як метод виявлення своєї незгоди з метою команди руйнує всю команду, позбавляючи її яких-небудь загальних цілей, вносячи наперед дух недовір'я і створюючи атмосферу формальності²¹.

Таким чином, ми можемо з великою часткою впевненості сказати, що ринок, якщо припустити, що він є єдиним способом координації спільної господарської діяльності на мікрорівні і єдиним способом виробництва, не може забезпечити, *по-перше*, автоматичного створення стимулів для максимально інтенсивної трудової діяльності, у тому числі здійснення інтенсивних інновацій, *по-друге*, достатній рівень інтеграції всіх суб'єктів відносин (лояльності) для максимально швидкого і найглибшого здійснення цього по суті колективного процесу і, *по-третьє*, не створює достатньої координованості діяльності через невеликий горизонт планування і нестикування трудових графіків.

Тому він може бути оцінений як джерело певних витрат, пов'язаних з утрудненнями передачі інформації, швидкістю реакції і створення конкурентних переваг. Ці витрати фактично є "динамічними трансакційними витратами", поняття яких було введено в теорію Р.Ланглуа і П.Робертсоном для аналізу процесів вертикальної інтеграції і з метою критики НІЕТ. Динамічні трансакційні витрати – це витрати "...переконування, переговорів, координування і навчання зовнішніх постачальників в умовах економічних змін і інновацій"²². Все, що ми перерахували вище як недоліки ринку, якраз і є труднощами в узгодженні діяльності самостійних суб'єктів, що є джерелом певних витрат соціального характеру. Ці труднощі впливають з форми відносин, з того, які індивіди беруть участь у відносинах: автономні, незалежні, конкуруючі агенти, що не контролюють процес праці своїх контрагентів. Подолання їх автономності вимагає витрат часу, знижує швидкість створення конкурентних переваг і робить команду нестійкою, що власне складається з окремих атомарних агентів, готових у будь-який момент розірвати відносини, а не з членів єдиної організації. Тому ринок не може забезпечити високої продуктивності сучасного типу і має бути заміщений як спосіб виробництва іншими механізмами координації праці, тобто фірмою.

Цю ідею вже давно відстоюють представники так званого ресурсно-орієнтованого підходу в теорії фірми, підкреслюючи, що ринок у принципі не

²⁰ Белоусенко М.В., Дементьев В.В. Иерархия экономической организации: генезис "центрального контрактного агента" // Проблемы і перспективи розвитку банківської системи України: Зб. наук. праць. – Суми, 2004. – Т. 11. – С. 163–172.

²¹ Sawyer M., Ibid. – P. 35–36.

²² Langlois R., Robertson P. Firms, Markets and Economic Change: A Dynamic Theory of Business Institutions. London, 1995. – P. 35.

може справитися з виробництвом багатьох товарів і послуг: "...причина, з якої діяльність здійснюється в межах фірми – не провали ринку (тобто не витрати ринкових трансакцій), а швидше успіх фірми: фірма як інститут володіє "організаційними перевагами", які дозволяють їй організувати діяльність у тій формі, в якій ринок цього зробити просто не може. Та особлива форма, в якій фірма управляє своїми ресурсами і здібностями, може забезпечувати вищу продуктивність і функціонувати як стійке джерело конкурентних переваг"²³.

Значить, ми не можемо трактувати ринок як джерело високої продуктивності, властивої сучасному масовому виробництву. Фірма ж забезпечує високу продуктивність за рахунок заміщення ринкових відносин стійкими організаційними, створення особливої атмосфери інтеграції і лояльності, раціональної побудови системи мотивації, що забезпечує дане заміщення²⁴. Тому в реальності фірма – джерело сильних стимулів, а ринок – слабких.

Саме через таку асиметрію в продуктивності ринок як спосіб відбору структур витрат окремих виробників (фірм) фактично лише доповнює організації, забезпечуючи на макрорівні відбір тих з них, які виробляють з мінімальними витратами ресурсів і максимальною якістю. Тому роль ринку – непряма (і відповідно, неперсоніфікована) координація виробництва, здійснюваного вже існуючими фірмами, і відбір у процесі конкуренції їх структур витрат. У цьому значенні фірма і ринок нерозривно зв'язані, і тому ринок дійсно неможливо зрозуміти без дихотомії "ринок–фірма", але не через те, що фірму можна вивести тільки з провалів ринку. Навпаки, ринок потрібен як макромеханізм координації виробництва, здійснюваного тільки в рамках фірм і без якого йому нічого розподіляти: "...ринок, на відміну від фірми, не може виробляти. Отже, ринкові відносини можуть лише сполучати фірми (виробничі одиниці). ринкові відносини є ні що інше, як відносини між вже існуючими фірмами (або між такими фірмами і споживачами). Звичайно, без фірм, які виробляють, немає продукту, який має переміщатися і розподілятися ринком"²⁵.

²³ Madhok A. Reassessing the Fundamentals and Beyond: Ronald Coase, the Transaction Cost and Resource-Based Theories of the Firm and the Institutional Structure of Production // Strategic Management Journal. 2002. – № 23. – Р. 536. Див. також: Тус Д., Пизано Г., Шуен Э. Динамические способности фирмы и стратегическое управление // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета, Серия 8 "Менеджмент". – 2003. – Вып. 4 (№ 32). – С. 133–171.

²⁴ Лукша П., Белоусенко М. Экономическая организация: на пути к синтетической теории // Вопросы экономики. – 2006. – № 2. – С. 105.

²⁵ Fourie F. In the Beginning There Were Markets? / Transaction Costs, Markets and Hierarchies / Ed. by C.Pitelis, Blackwell, Oxford, 1993, p.44. Fourie F. In the Beginning There Were Markets? / Transaction Costs, Markets and Hierarchies / Ed. by C.Pitelis, Blackwell, Oxford, 1993. – Р. 44. Однак нездатність ринку створювати високу продуктивність має міру свого вияву. Інколи агенти, пов'язані ринковими трансакціями обміну, все ж таки вчаться здійснювати координацію і інновації спільно, і їм через низку локальних обставин вдається підтримати високу інтегрованість, лояльність один до одного, забезпечити стійкість контрактних відносин з високим рівнем довіри, легким трансфертом інформації, і виникають цілі райони з переважанням дрібного і найдрібнішого, практично "безфірмового" виробництва, типу "індустріальних районів" (Industrial District) в Італії і навіть нової "домашньої промисловості" (putting-out system). Див.: Lazerson M. A New Phoenix?: Modern Putting-Out in the Modena Knitwear Industry // Administrative Science Review. – 1995. – V. 40. – №1 (March). – Р. 34–59, Lazerson M., Lorenzoni G. The Firms that Feed

Функціональна асиметрія "фірма-виробництво, ринок-відбір фірм" дозволяє забезпечити інтенсивне економічне зростання в індустріальній і пост-індустріальній економіці за рахунок постійного конкурентного тиску на виробників. Проте, як і зазначали представники неоавстрійської школи, необхідно зрозуміти, що зрештою "ринок" – це не окремий суб'єкт, що здійснює процедуру "відкриття". Ринок – сукупність конкуруючих суб'єктів, фірм, отже, в дихотомії "фірма-ринок" необхідно розрізняти провідний елемент, економічну організацію. Саме спеціалізовані організації-виробники є істинними суб'єктами обмінних трансакцій і процедури "відкриття": вони взаємодіють і конкурують, і в процесі конкуренції не абстрактний ринок, а вся чисельність конкурентів в даній і інших галузях виступають для окремої фірми механізмом відбору її структури витрат. Саме конкурентна взаємодія багатьох організацій веде до зміни потоків ресурсів, що використовуються і розвиваються в економіці, тобто до зміни всієї системи обмінних трансакцій. Чим більше організацій, фірм, тим щільніша мережа товарних обмінів, інтенсивніше конкуренція і тим більша ефективність самих організацій, отже, тим ефективніший ринок.