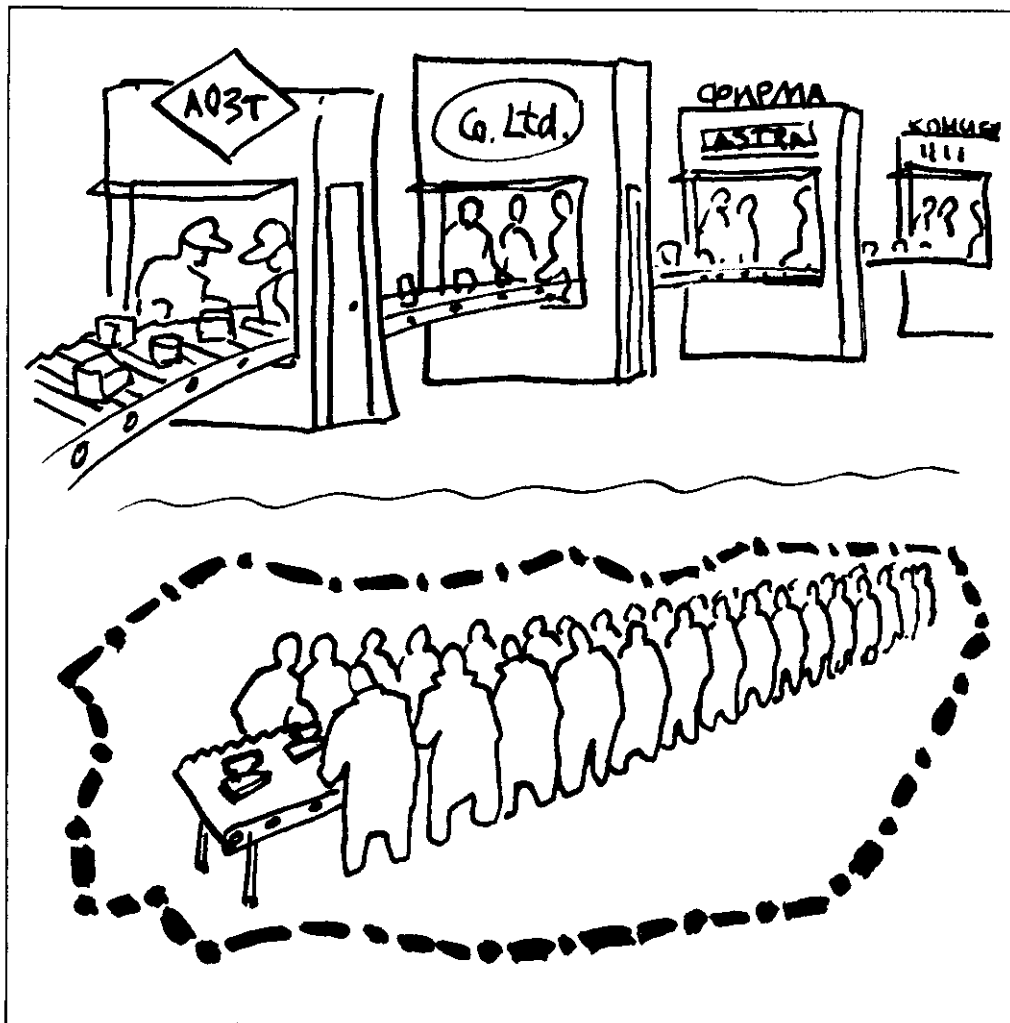


Лекция 24  
Фирма и рынок

У БАРВОСА ЕСТЬ ВОПРОСЫ. Что объяснил Коуз?

РАЗДЕЛ 1. Зачем экономике нужна фирма?

РАЗДЕЛ 2. Рациональные границы интеграции



**БАРБОС.** Что ни говорите, а установление и поддержание контактов стоит немалых хлопот. Когда мы летом выехали в деревню, у меня целый день ушел на обнюхивание с деревенскими собаками — очень их там много. Зато потом я знал, с кем дружить, а от кого держаться подальше.

**АНТОН.** Я недавно ездил в Москву. По-моему, весь поезд был заполнен командированными.

**ИГОРЬ.** Зачем же ехали все эти люди?

**АНТОН.** Я говорил с соседями по купе. Один ехал сдавать заказчику систему связи. Другой — судиться: две организации спорили, кто должен оплатить ремонт каких-то машин. Третий — посмотреть образцы облицовочных материалов разных фирм и выбрать подходящие для оформления интерьеров.

**ИГОРЬ.** А ты?

**АНТОН.** Мне нужно было познакомиться с некоторыми симпатичными учеными и убедить их стать авторами 5-го выпуска нашего журнала. Кажется, я неплохо справился.

**БАРБОС.** Не сомневаюсь. Хозяину с его обаянием такая работа должна блестяще удаваться.

**ИГОРЬ.** И нашему журналу, и фирмам твоих попутчиков эти поездки должны обойтись в копейку.

**АНТОН.** Да, фирмы несут и такие затраты. А не только те, что непосредственно связаны с технологией, — на материалы, на оборудование, на оплату труда рабочих и т. д.



**ИГОРЬ.** Чтобы швейная мастерская, о которой ты мечтаешь, могла нормально работать, нужно многое. Ты или другие работники мастерской должны разузнать свойства различных тканей, выяснить, кто их производит, найти подходящего поставщика, заключить с ним выгодный договор. А еще нужны нитки, пуговицы, пряжки... И еще

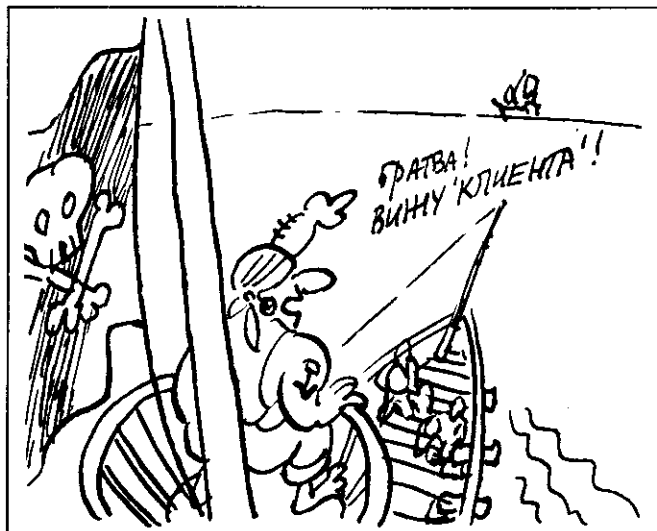
нужно найти покупателей готовых изделий.

**АНТОН.** И нужно нанять умелых работников, где-то их найти, проверить их квалификацию... Словом, работы много. Сшить костюм — это, оказывается, далеко не все.

**ИГОРЬ.** То, о чем мы сейчас говорим, это затраты на совершение различных сделок, или, выражаясь научно, транзакционные затраты. Люди, конечно, давно знали о них, считались с ними на практике, но не подозревали о том, что они имеют фундаментальное значение для возникновения фирм, банков, бирж — всех институтов экономической жизни.

**АНТОН.** Иначе говоря, если бы не транзакционные затраты, фирм вообще бы не существовало?

**ИГОРЬ.** Представь себе. Каждый работник занимался бы производством сам по себе, свою продукцию продавал бы на



рынке, а на выручку покупал бы пищу, одежду и т. д., а также все ресурсы, которые нужны ему для работы. А что ему производить и сколько — все это регулировали бы законы рынка.

АНТОН. Что ж, если бы сделки не требовали от него никаких хлопот, все так и могло бы быть. Например, так может работать преподаватель иностранных языков: он набирает учеников — это не требует больших затрат времени — и занимается с ними год или больше.

ИГОРЬ. Конечно, можно придумать такие примеры. Сам по себе может работать врач-терапевт.

АНТОН. А уколы и другие назначения?

ИГОРЬ. Их может выполнять медсестра, к которой обратится больной. Это увеличивает его трансакционные затраты, так что часто врач работает вместе с медсестрой. А вот хирургу даже простенькую операцию в одиночку не сделать.

АНТОН. Да, кто-то должен помогать, а двое — это уже фирма. Кстати, на вопрос «Как вы работаете вдвоем?», — Ильф и Петров ответили...

ИГОРЬ. Вместе?

АНТОН. Вероятно. Они ответили, что один из них пишет, а другой бегаёт по редакциям и пристраивает рукопись.

ИГОРЬ. Шутки шутками, но если производство требует участия многих людей, то организовать все их взаимодействия через рынок слишком дорого, практически невозможно.

АНТОН. Как в таких условиях изготовить телевизор? Один рабочий припаял деталь и пошел искать покупателя, который будет делать следующую операцию? Стал договариваться о цене? Рассчитался и побежал искать продавца, выполнившего предыдущую операцию? Снова торговаться? ИГОРЬ. А ты представляешь себе конвейер в таком режиме?

АНТОН. Страшно подумать. Но, согласись, и в пределах фирмы нужно организовать взаимодействие работников, координировать их действия.

ИГОРЬ. Да, внутрифирменное взаимодействие тоже связано с трансакционными затратами: нужно определить обязанности каждого работника, выдать ему задание, контролировать исполнение. Но сам характер взаимодействия здесь другой. Вместо рыночных сигналов — изменения цен — здесь другие сигналы — команды.

БАРБОС. Команда — это очень понятная вещь. Ее нужно выполнять. За это полагается поощрение.

АНТОН. Пожалуй, такая координация обойдется дешевле.

ИГОРЬ. Разумеется, если фирма не слишком велика. Иначе управление ею станет дорогим и малоэффективным.

АНТОН. Выходит, трансакционные затраты не только объясняют существование фирмы, но и определяют ее размеры?

ИГОРЬ. Да, наряду с другими обстоятельствами. И раскрыл эту роль транс-

акционных затрат Рональд Коуз в своей статье 1937 г. Ему было тогда 27 лет.

АНТОН. А Нобелевскую премию он получил, когда ему исполнился 81 год. Мы писали о нем во 2-м выпуске журнала.

БАРБОС. Как ученый пес, я тоже могу рассчитывать на Нобелевскую премию. Но 81 год — это сколько же по-собачьи? Каждый год собачьей жизни засчитывается за семь. Это что же выходит, почти в двенадцать лет?! Нет, это слишком долго...

ИГОРЬ. Коуз предложил новый подход ко многим экономическим явлениям. Он установил, что действие правовых регуляторов в хозяйственной жизни во многом зависит от тех же трансакционных затрат.

АНТОН. По-моему, это его собственные слова: трансакционные затраты позволили понять, почему экономический мир таков, каков он есть.

ИГОРЬ. А Джордж Стиглер сказал по поводу открытий Коуза: «Мир с нулевыми трансакционными затратами оказывается столь же странным, как физический мир без сил трения».

БАРБОС. Была у нас такая трансакция. Мы шли по темной улице, я забежал за кустик по своим делам, а к хозяину подошел какой-то несимпатичный прохожий. Он спросил, который час. Потом попросил закурить. Потом... Словом, тут подбежал я, и у него возникли большие трансакционные затраты.

## РАЗДЕЛ 1

### Зачем экономике нужна фирма?

Фирма — одно из главных действующих лиц экономической жизни. Мир фирм удивительно многолик. Есть среди них крупные и мелкие; многопрофильные и узкоспециализированные; замыкающиеся на какой-либо одной стадии технологического цикла и вертикально интегрированные, охватывающие сразу несколько стадий; существующие много десятков лет и умирающие в течение года; с жесткой административной системой и представляющие своим подразделениям почти полную самостоятельность; принадлежащие одному лицу, узкой группе (товарищества) или множеству владельцев (корпорации). Одни отрасли густо населены фирмами, в других их совсем немного, иногда вообще одна. В одних странах их относительно мало, в других — на несколько порядков больше. Например, в США около 18 млн фирм, тогда как в СССР насчитывалось около 47 тыс. предприятий, а в известном смысле всю советскую экономику можно было рассматривать как одну гигантскую фирму.

Чтобы разобраться в этом многообразии, необходимо ответить по крайней мере на три вопроса:

что такое фирма?

почему она существует?

чем определяется ее величина?

Ответ на первый из них едва ли покажется сложным. За последние годы многим довелось пройти через перипетии создания «своего дела» и убедиться из собственного опыта, что фирма — это организация, являющаяся чьей-то собственностью, расположенная по определенному адресу и имеющая счет в банке, наделенная правами заключать договоры и выступать в суде истцом или ответчиком. Короче, фирма — это некое *юридическое лицо*, отличное от составляющих ее физических лиц. Примем пока это определение, отвечающее здравому смыслу, как рабочее, хотя затем его предстоит существенно изменять и дополнять.

Труднее ответить на второй вопрос: зачем вообще нужны фирмы, почему экономика не в состоянии обойтись без них? Только на первый взгляд он ка-

*Более подробное изложение см. «Финансовое управление и анализ проектов», лекция 1*

жется наивным и элементарным. С его постановки в знаменитой статье Рональда Коуза «Природа фирмы» началось развитие нового важного раздела экономической теории.

Статья Р. Коуза «Природа фирмы» помещена в книге: Вехи. Вып. 2

Как нам уже известно, механизм рыночной координации обладает целым рядом неоспоримых достоинств — как с точки зрения отдельного потребителя, так и с точки зрения всего общества. Отчего же экономика не может существовать в виде «сплошного» рынка, где каждый из нас представлял бы полностью самостоятельную мини-фирму? Откуда посреди моря рыночной стихии возникают вдруг «островки сознательного контроля»?

Сравним: на рынке экономические агенты равноправны, а внутри фирмы власть распределяется неравномерно, кто-то имеет ее больше, кто-то меньше; на рынке поведение всех участников определяется ценовыми сигналами, а внутри фирм — приказами-командами; на рынке регулятором служит конкуренция, а внутри фирм — сознательное планирование. Можно сказать, что «невидимая рука» рынка заменяется в рамках фирмы «видимой рукой» административного контроля и управления. Но если рынок, как утверждает экономическая теория, обеспечивает оптимальное распределение ресурсов общества, то вкрапления в его поры таких административных иерархических структур, как фирмы, не только бесполезно, но и вредно. В чем же тут дело?

Объяснить необходимость существования, внутреннее строение и эволюцию фирм помогает понятие *транзакционных затрат* (transaction cost). Р. Коуз показал, что использование рыночного механизма обходится обществу не бесплатно, требуя подчас весьма внушительных затрат. Они-то и были названы транзакционными (от лат. transactio — сделка). В отличие от производственных затрат, определяющихся объемом и технологией производства, транзакционные затраты возникают в процессе налаживания отношений между рыночными агентами.

Транзакционные затраты — transaction cost

Можно выделить четыре категории транзакционных затрат:

1) *затраты поиска информации* (о потенциальных поставщиках и покупателях, ценах, характеристиках товаров и услуг);

2) *затраты, связанные с ведением переговоров и заключением контракта;*

3) *«надзорные» затраты (по контролю за соблюдением условий договора);*

4) *затраты по юридической защите контракта (например, судебные расходы в случае его нарушения).*

*Экономика, целиком состоящая из независимых индивидуумов?*

Рассмотрим экономику, представляющую сплошной, однородный рынок и состоящую из одних только физических лиц (т. е. индивидуальных агентов). Бремя транзакционных затрат было бы в ней непомерно велико из-за бесчисленного множества микросделок.

При достаточно развитом разделении труда любое мельчайшее продвижение продукта по технологической цепи означало бы его переход от одного товаропроизводителя к другому. Каждый такой переход сопровождался бы переговорами о цене, измерениями качества и количества передаваемого продукта, мерами по юридической защите сторон и т. п. Транзакционные затраты были бы столь колоссальны, что многие решили бы вообще отказаться от участия в рыночном обмене.

Наличие транзакционных затрат, естественно, подталкивает к изысканию технических и организационных средств по их сокращению. Один из таких способов минимизации транзакционных затрат — организация фирмы. Фирмы, по словам Коуза, возникают в ответ на дороговизну рыночной координации. Их смысл — в подавлении ценового механизма и замене его системой административного контроля. Действительно, многие *транзакции* дешевле осуществлять внутри фирм, не прибегая к посредничеству рынка. В той мере, в какой механизм административного контроля ведет к экономии на транзакционных затратах, «иерархия» вытесняет рынок. В пределах фирмы сокращаются издержки поиска, исчезает необходимость непрерывного перезаключения контрактов, экономические отношения приобретают устойчивость. Другими словами, в мире *без* транзакционных затрат (а именно таковы нередко идеализированные модели экономической теории!) фирмы были бы излишни.

Но тогда возникает обратный вопрос: почему экономика не может вся целиком строиться наподобие единой гигантской фирмы? Попыткой реализовать эту идею на практике можно считать систему централизованного планирования, сложившуюся в бывших социалистических странах. Ее неслучайно называют термином «командная экономика». Казалось бы, все правильно: чем крупнее организация, тем больше экономия на транзакционных затратах, а значит, минимальными они окажутся тогда, когда всю экономику сверху донизу будут пронизывать командные отношения — при полном устранении рынка.

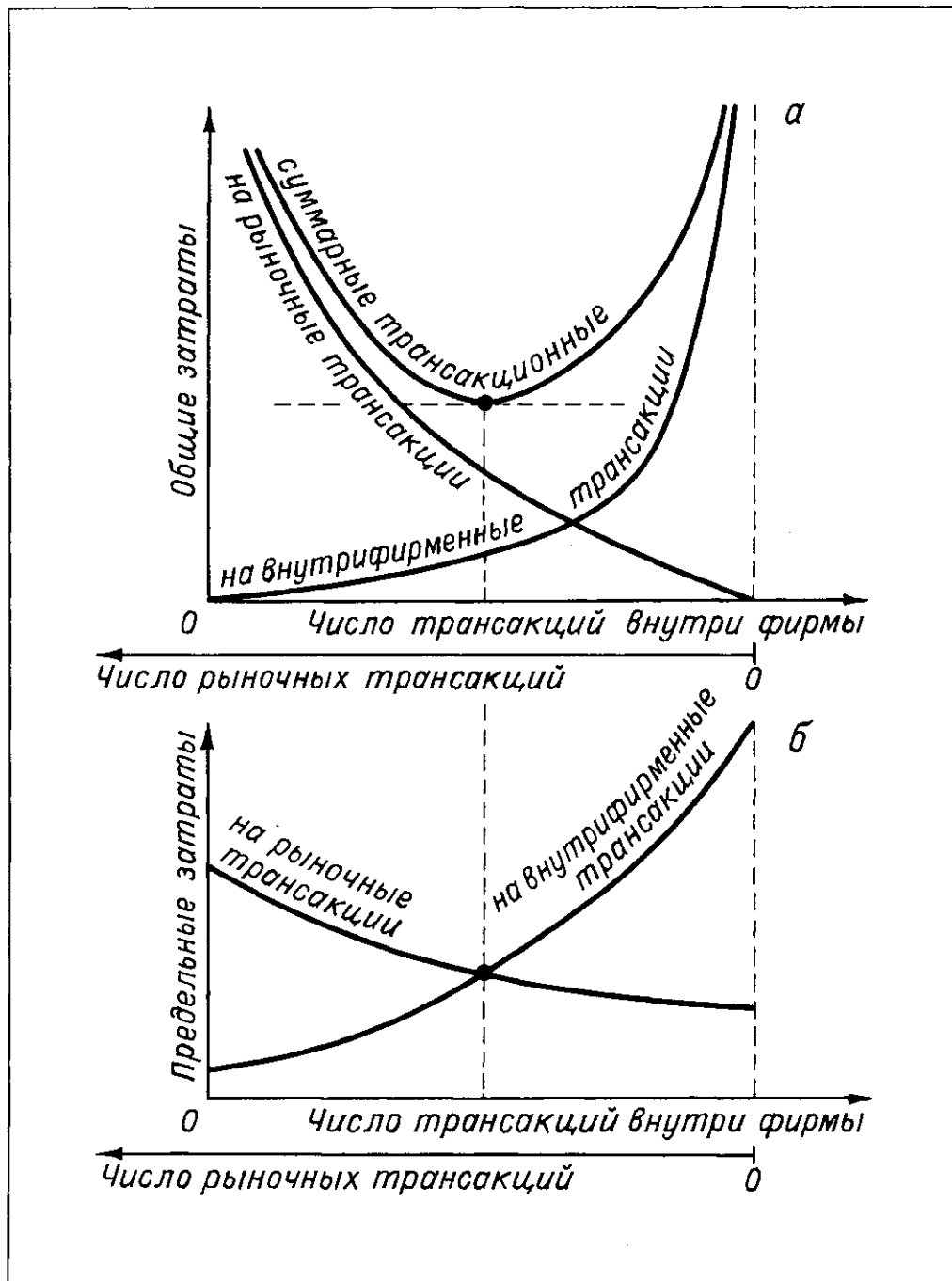
*Экономика страны — одна большая фирма?*

Однако подобный вывод ошибочен. Дело в том, что любая иерархическая организация так же не свободна от транзакционных затрат, как и рынок, причем они нарастают по мере увеличения ее масштабов. При превышении определенного размера «иерархия» начинает терять управляемость. Затраты на поиск и обработку информации стремительно разбухают. Подчинение работников целям фирмы с помощью системы стимулов, контроля и надзора обходится все дороже и дороже. Поэтому организация экономики всей страны на манер одной гигантской фабрики, к чему призывал Карл Маркс, ведет не к минимизации, а к возрастанию транзакционных затрат.

Отсюда следует, что ни у рынка нет абсолютных преимуществ перед иерархией, ни у иерархии — перед рынком. В каждом случае есть свои плюсы и минусы. Поэтому когда фирма решает, как организовать ту или иную сделку — обратиться к внешнему поставщику или изыскать внутренний источник, она должна взвесить издержки и выгоды того и другого варианта.

В этом ключ к решению третьего из поставленных нами вопросов — об оптимальных размерах фирмы. Они будут определяться той точкой, где предельные затраты использования рынка становятся равными предельным затратам использования административного контроля (рис. 1). До этой границы выгодна иерархия, после — рынок (разумеется, в зависимости от конкретных технологических, отраслевых и т. д. условий оптимальный размер фирмы будет различным).

*Баланс рыночных и административных регуляторов*





Важно иметь в виду: «чистый рынок» и «чистая иерархия» — это два полюса, две крайние точки, не исчерпывающие всего многообразия организационных фирм. Существует множество промежуточных, гибридных образований (своего рода «квазифирм»).

Различные виды трансакций можно выстроить в такой ряд: безличные акты купли-продажи, совершающиеся «здесь и сейчас» и не требующие специального юридического оформления; разовые, краткосрочные контракты; регулярно повторяющиеся или долговременные контракты; «квазифирмы» (или контракты с вертикальными ограничениями, к которым мы обратимся чуть позже); полноценная фирма.

Итак, фирма оказывается необходима, когда благодаря ей достигается более высокая эффективность (производственные плюс трансакционные затраты минимизируются), чем это было бы под силу нескольким мелким организационным единицам, которые можно из нее составить. И наоборот, экономическая эффективность требует ограничения размеров организации, когда одна крупная фирма не в состоянии повторить результаты, которых добиваются две, три или больше мелких.

*См.: Махлуп Ф.  
Теории фирмы:  
маржиналистские,  
бихевиористские и  
управленческие //  
Вехи. Вып. 2*

**Рис. 1. Выбор размеров фирмы.**

Допустим, что технология фиксирована. Каждая компонента изделия должна быть произведена с помощью материалов и оборудования, энергии и воображения. Эти ресурсы должны быть отобраны и направлены на выполнение соответствующей задачи. А координация этого процесса требует осуществления определенного числа трансакций. Каждая из них в принципе может быть реализована одним из двух способов — как внутрифирменная или как рыночная:

$$\begin{array}{ccccc} \text{общее} & & \text{число} & & \text{число} \\ \text{число} & = & \text{внутрифирменных} & + & \text{рыночных} \\ \text{трансакций} & & \text{трансакций} & & \text{трансакций.} \end{array}$$

*a* — зависимости затрат на сделки каждого вида от их числа;  
*b* — суммарные трансакционные затраты. Рациональному уровню интеграции соответствует минимум суммарных затрат. В точке минимума предельные суммарные затраты равны нулю; следовательно, при этом предельные внутренние трансакционные затраты равны предельным рыночным трансакционным затратам.

## РАЗДЕЛ 2

### Рациональные границы интеграции

Вопрос об оптимальных размерах фирмы принято рассматривать под рубрикой «теория интеграции». Интеграция — это сосредоточение экономической деятельности внутри фирмы. Фирма «граничит» как с фирмами-конкурентами в своей отрасли, так и с фирмами из смежных отраслей, откуда она покупает необходимое сырье и оборудование и куда поставляет готовую продукцию. У нее есть как горизонтальные, так и вертикальные границы. Соответственно этому различают интеграцию горизонтальную, вертикальную и диверсификацию.

В случае *горизонтальной интеграции* границы фирмы раздвигаются вширь: она «вбирает» в себя все больший объем производства какого-нибудь одного вида. *Диверсификация* рассматривается обычно как особый случай горизонтальной интеграции. Она обозначает проникновение фирмы в разнородные, технологически не связанные между собой отрасли. Пример — крупные конгломераты, имеющие множество самых разных предприятий промышленности, торговли, финансов.

См.: Уильямсон О.  
Вертикальная  
интеграция  
производства:  
соображения по  
поводу неудач  
рынка // Вехи.  
Вып. 2

В случае *вертикальной интеграции* фирма распространяет свою деятельность «вверх» или «вниз», на соседние звенья производственного процесса. Соответственно вертикальная интеграция может быть *восходящей* (от устья к истоку, от конечных к начальным стадиям технологического цикла) и *нисходящей* (от истока к устью, от начальных стадий к конечным). Если представить весь путь к потребителю какого-либо продукта, например бензина, в виде вертикальной линии, как это сделано на рис. 2, то восходящей интеграции будет соответствовать подключение добычи нефти к нефтеперерабатывающей компании, нисходящей — организация ею собственной сети бензозаправочных станций.

Есть три пути, ведущих к образованию вертикально интегрированной фирмы: 1) она может изначально *создаваться* как охватывающая несколько последовательных производственных стадий; 2) она может сформироваться за счет *экспансии* неинтегри-

рованной фирмы в смежные отрасли; 3) она может быть результатом слияния двух фирм, находившихся на соседних ступенях производственного процесса.

По наблюдению американского экономиста Дж. Стиглера, в молодых, недавно появившихся отраслях обычно преобладают вертикально интегрированные фирмы, так как объем спроса слишком мал, чтобы специализироваться на какой-нибудь одной стадии выпуска нового продукта. При достижении отраслью фазы зрелости начинает действовать тенденция к дезинтеграции, складываются крупные, узкоспециализированные фирмы. В «старых» отраслях, клонящихся к упадку, происходит возврат к вертикально интегрированным организационным формам.

Существует несколько подходов к анализу проблемы интеграции. Как вскоре станет ясно, само представление о том, что такое фирма, в каждом из них оказывается различным.

**1. Фирма как производственная функция.** Если вспомнить, в каком смысле употреблялся термин «фирма» в предшествующих лекциях, то нетрудно убедиться, что это имеет мало общего с тем обобщенным образом, который был только что представлен. Действительно, до сих пор фирма рассматривалась просто как некая точка во времени и пространстве, где исходные ресурсы преобразуются в готовую продукцию. Проще говоря, «фирма» была иным обозначением понятия «производственная функция».

Такой подход можно назвать технологическим. Фирма выступает в нем как «черный ящик» с затратами на входе и выпуском на выходе. Все внутреннее содержание фирмы сводится к технологическому процессу, не относящемуся к предмету экономического

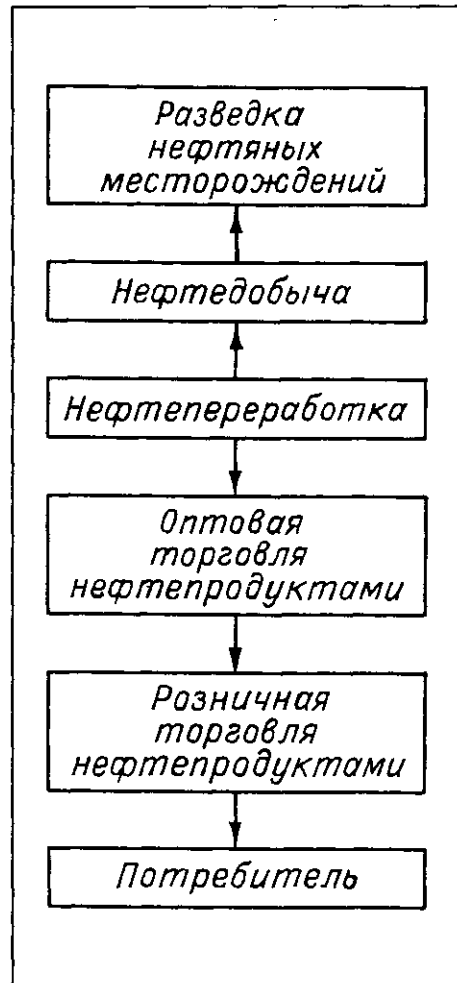


Рис. 2. Восходящая и нисходящая вертикальная интеграция.

анализа. Состояние технологии принимается как нечто данное, как фактор, диктующий больший или меньший *размер* фирмы, т. е. объем осуществляемой в ее рамках экономической деятельности. Все внимание сосредоточивается на происходящем не внутри, а как бы на границах «черного ящика». (Заметьте: понимание фирмы как производственной функции оказывается достаточно далеко от ее понимания как организации со сложной внутренней структурой).

Технологический подход сводит объяснение больших или меньших размеров фирмы к уже знакомому вам эффекту экономии от масштаба. Простейший пример — двое рабочих, поднимающих тяжелый камень, вес которого больше, чем в сумме могут они поднять, действуя поодиночке. Увеличение размеров «предприятия» с одного до двух человек обеспечивает выпуск, превосходящий совокупный продукт двух «одиночных» предприятий.

Источники экономии от масштаба различны. Расширение производства позволяет использовать более мощное и эффективное оборудование, углублять специализацию. Фирме, например, может быть выгоднее, чтобы ремонт станков осуществлялся не самим работающим на них персоналом, а специализированным ремонтным подразделением, однако его создание оправдано лишь при достаточно больших объемах производства. Экономия от масштаба обеспечивает снижение средних затрат на единицу продукции.

Технологическая экономия может давать толчок и вертикальной интеграции. Скажем, объединение в рамках непрерывного процесса литья и проката стали обеспечивает экономию тепла: металл не нужно разогревать вторично.

*См. лекцию 23,  
раздел 3*

Технологический подход характеризуется также *экономией от разнообразия* (economies of scope). Она имеет место тогда, когда соединением под одной крышей нескольких различных видов производства достигается сокращение затрат. Ее источником может являться использование одного и того же ресурса или одной и той же технологии одновременно в нескольких производственных процессах, а также дополняющий характер спроса. Скажем, на бензозаправочной станции есть смысл наладить текущий ремонт ма-

шин, организовать мелкую торговлю и т. д. Обувной фабрике лучше заниматься производством ботинок и на правую, и на левую ногу. И т. д.

Эффектам экономии от масштаба и разнообразия можно дать более общие определения, чем это было сделано раньше. Допустим, винодельческий завод выпускает 100 тыс. л вина в год. То же количество можно было бы производить на двух заводах меньшей мощности, причем в самых различных сочетаниях: на первом — 1 л, на втором — 999 999 л, на первом — 2 л, на втором — 999 998 л и т. д. Если при любой из этих комбинаций затраты на производство у двух заводов меньшей величины оказываются выше, чем у завода мощностью 100 тыс. л, налицо экономия от масштаба. Точно так же налицо экономия от разнообразия, если затраты на производство  $n$  продуктов в пределах одной фирмы меньше, чем затраты на производство того же количества этих продуктов при любых вариантах дробления данной фирмы на несколько более специализированных предприятий. Так, железнодорожная компания, занимающаяся и грузовыми, и пассажирскими перевозками, эффективнее двух, специализирующихся на оказании услуг одного вида.

*Обобщение понятий экономии от масштаба и от разнообразия*

Однако обычно реализация экономии от масштаба и разнообразия наталкивается на неизбежные ограничения. Расширение производства начинает с определенного момента вести не к сокращению, а к росту средних затрат. Выгоды, связанные с использованием более мощного оборудования и углублением специализации, исчерпываются, управляющие с трудом справляются с возросшей нагрузкой и т. д. Отсюда — стандартная U-образная форма кривой средних затрат длительного периода. Напомним, что минимума она будет достигать в точке, где положительная экономия сменяется на отрицательную.

От формы и расположения кривых средних затрат длительного периода будут зависеть и оптимальный размер предприятий, и их количество в разных отраслях. Предприятие достигает оптимальной величины при полном исчерпании экономии от масштаба. Необходимое же количество предприятий можно определить, разделив рыночный объем спроса на оптимальный для данной отрасли размер предприятия.

Однако объяснение размеров фирмы факторами технологической экономии трудно признать достаточным. Обратите внимание: понятие «фирма» практически подменяется понятием «предприятие». Но, как известно, одной фирме может принадлежать несколько предприятий.

Если кривая средних затрат длительного периода с определенного момента действительно начинает расти, то непонятно, почему бы фирме не завести два, три или больше филиалов, каждый из которых в точности соответствовал бы оптимальной для данной отрасли величине предприятия.

**2. Фирма как долговременный контракт.** Центральным для этого подхода является введенное в предыдущем разделе понятие транзакционных затрат. Фирма рассматривается не просто как производственная функция, а как *коалиция ресурсов*, принадлежащих различным агентам. В состав ее участников могут входить акционеры, кредиторы, поставщики, управляющие, наемный персонал, потребители и т. д. В этом смысле фирма представляет собой *сеть переплетающихся контрактов*.

Ядро этой сети образуют долговременные договорные отношения между владельцами наиболее важных и специфических для коалиции ресурсов. Поэтому точнее фирму можно определить как особый *долговременный контракт*, связывающий воедино составляющие ее части.

*Экономия от масштаба и разнообразия в сфере транзакционных затрат*

Подобно технологическому подходу, существование фирмы выводится в этом случае из экономии от масштаба и разнообразия. Только речь идет уже об экономии не технологических, а транзакционных затрат. Производственные факторы будут интегрироваться путем установления долговременных контрактных отношений, только если в результате этого их взаимодействие начнет осуществляться с меньшими транзакционными затратами.

*Типы транзакций*

Транзакции (т. е. типы взаимодействий) могут различаться по целому ряду признаков. Они могут быть: 1) общими или специальными (касаться стандартных или достаточно уникальных ресурсов); 2) мимолетными или длительными, однократными или регулярно повторяющимися; 3) слабо или сильно зависящими от непредсказуемых будущих событий;

4) с легко- или трудноизмеримыми результатами (допускающими более или менее эффективный контроль за выполнением контрактных обязательств каждой из сторон).

Чем более общий, кратковременный, определенный и контролируемый характер носит сделка, тем больше оснований либо вообще обходиться без ее юридического оформления, либо ограничиться составлением простейшего типового контракта. Напротив, чем более специальный, повторяющийся, неопределенный и трудноизмеримый характер носит сделка, тем сильнее стимулы к установлению долговременных договорных отношений с подробным перечнем взаимных обязательств на все случаи жизни.

Потребность в таких отношениях особенно велика, когда сделка оказывается связанной с использованием специфических ресурсов. *Ресурс относится к общим, если его ценность не зависит от особых обстоятельств времени и места. Его услуги везде оплачиваются одинаково. Ресурс относится к специфическим, если его ценность в данной местности, внутри данной фирмы или при сотрудничестве с данным партнером выше, чем где-либо еще.* Пример общего ресурса — бензин стандартной марки. Пример специфического ресурса — уникальное оборудование, сделанное по индивидуальному заказу: ведь оно приспособлено к условиям работы именно данной фирмы и для любой другой его ценность будет меньше.

*Общие и специфические ресурсы*

Существование специфических ресурсов может быть источником двусторонних монополий. Возьмем, к примеру, рабочего, приобретшего за много лет сотрудничества с одной и той же фирмой какие-то уникальные навыки. С одной стороны, на любом другом месте его квалификация и мастерство имели бы меньшую ценность, а значит, и его заработная плата была бы ниже. С другой стороны, и фирма получает от него бóльшую отдачу, чем от любого новичка, не знакомого со спецификой ее деятельности. Рабочий и фирма становятся в известном смысле незаменимыми, «взаимоуникальными» друг для друга. В условиях двусторонней монополии, когда ни одному из участников нельзя найти адекватной замены на

*Квазирента — дополнительный доход, получаемый владельцем фактора производства, объем которого в коротком периоде фиксирован, связанный с превышением рыночной цены над ценой индивидуального предложения*

*Зачем нужны долговременные контракты*

рынке, возникает дополнительный чистый доход — *квазирента*, которая должна каким-то образом делиться между ними. Но существует она лишь до тех пор, пока длится их сотрудничество.

Это создает почву для особой формы поведения — «вымогательства» (holding-up). Например, фирма может пригрозить опытному рабочему увольнением, если тот не согласится на снижение заработной платы. Землевладелец может шантажировать компанию, которая построила на его участке завод, расторжением арендного договора. Цель такого вымогательства — присвоение всей квазиренты. Понятно, что рабочий не станет тратить усилий на приобретение узкоспециальных навыков, а компания — строить завод, если у них не будет гарантий от вымогательства потенциального партнера.

Этой цели и служат долговременные контракты, в которых подробно оговариваются условия сделки и санкции за их нарушения. Известно, что опытные работники обычно бывают защищены правилами старшинства, основанными на принципе «последним нанят — первым уволен». Сталелитейные фирмы строят металлургические заводы в районах угледобычи, только если они могут заключить контракт с местными компаниями о поставке угля на срок не менее 20–30 лет.

Важно отметить: двусторонняя монополия может сформироваться только *после* того, как произведены инвестиции в специфические активы. Изначально и рабочему, и сталелитейной фирме все равно, с кем иметь дело, у них есть выбор среди большого числа примерно равноценных партнеров. «Личность» другой стороны приобретает значимость лишь после начала действия договора. Обмен из безличного становится персонифицированным: предпочтение отныне отдается именно данному контрагенту. Инвестиции в специальные активы приводят к сокращению числа потенциально выгодных партнеров, ситуация перестает быть конкурентной.

Когда возможность инвестиций в *будущем* зависит от согласования условий в *настоящем*, наилучшим решением оказывается заключение долговременных контрактов. Сокращая риск вымогательства, они дают дополнительные стимулы к вложениям в специ-



альные активы. Таким образом, их главная задача состоит в обеспечении условий для *оптимального инвестирования в специальные ресурсы*.

Долговременные контракты различаются по степени плотности складывающихся экономических отношений. Низшая ступень — долговременный контракт, при котором сохраняется полная самостоятельность сторон. Следующая ступень — долговременные контракты с вертикальными ограничениями. Примером может служить система франшизинга, широко применяемая в розничной торговле автомобилями, бензином, другими товарами. Скажем, автомобильная компания предоставляет право на продажу своей фирменной продукции в определенном районе специальному дилеру. Хотя дилер не теряет статуса самостоятельной фирмы, он в то же время вынужден соблюдать целый ряд ограничений, установленных поставщиком, и подчиняться его контролю. В результате такой не полной, а частичной вертикальной интеграции образуется квазифирма.

*Фирма и  
квазифирма*

Высшая ступень — долговременный контракт, объединяющий производственные факторы в единую организационную структуру, иными словами, учреждение фирмы. Она гарантирует максимальную степень непрерывности экономических отношений.

Основной недостаток долговременных контрактов в их негибкости. Соблюдать его приходится даже тогда, когда вследствие появления новых возможностей это уже невыгодно. Кроме того, при поддержании многолетних неизменных связей возрастает вероятность сговора между управляющими фирм в ущерб интересам собственников. Это накладывает серьезные ограничения на оптимальную продолжительность контрактных отношений: с определенного момента сопряженные с ними затраты могут начать перевешивать выгоды.

Но и этот подход требует уточнений. Главное — в нем размывается грань между близкими, но все же разными организационными формами — долговременным контрактом и полноценной фирмой. Избежать сложностей, связанных с формированием и использованием специфических ресурсов, можно как одним, так и другим способом. Если в долговременном контракте оговариваются все возможные буду-

щие события, то этого вполне достаточно, чтобы экономика обходилась без фирм.

**3. Фирма как неполный контракт.** В этом подходе, как и в предыдущем, признается контрактная природа фирм. Однако акцент делается не на долгосрочности, а принципиальной неполноте рыночных контрактов. Опорным для него также является понятие трансакционных затрат.

Существование фирм объясняется недостаточностью полных и исчерпывающих контрактов, способных отразить все изменения, какие только могут произойти в будущем. Способности человеческого предвидения ограничены. Как правило, в договор удается включить лишь несколько самых важных «особых условий». Попытка оговорить в нем заранее все обязательства сторон при появлении любых новых обстоятельств в будущем была бы обречена на провал. Можно утверждать, что трансакционные затраты по заключению полных контрактов «запретительно» высоки. Их несовершенным, но все же достаточно эффективным заменителем в реальной жизни выступает фирма.

*Устойчивость  
связей в непред-  
сказуемом мире*

Итак, с одной стороны, перезаключение контрактов всякий раз, как только возникало бы какое-нибудь новое непредвиденное обстоятельство, требовало бы астрономических затрат. С другой стороны, заранее в них можно предусмотреть лишь малую часть будущих возможных изменений. Фирма становится способом решения этой дилеммы: по обоюдному согласию один из участников наделяется правами при наступлении не оговоренных в контракте событий принимать решения *по своему усмотрению*. Другой соглашается подчиняться — в установленных пределах — его контролю и командам.

Фирма предстает в одно и то же время и как неполный контракт, определяющий ее внутреннюю «конституцию», и как система авторитетной власти, действующая в рамках этой конституции.

Как правило, «остаточные права» на принятие решений предоставляются владельцам наиболее долгосрочных и специфических активов. Это активы, имеющие в рамках фирмы наибольшую ценность. Минимальный набор прав такого центрального агента включает три элемента: 1) право определять произ-

водственную программу фирмы; 2) право контроля за всеми остальными членами фирмы; 3) право на получение «остаточного дохода», т. е. прибыли, остающейся после оплаты всех привлеченных факторов производства.

Оказывается, что такое неравное распределение прав во многих случаях отвечает интересам обоих участников. В то же время оно сопряжено с немалыми минусами, о чем частично уже говорилось. Основным ограничителем размера фирмы оказывается концентрация власти у одного агента (или *одной категории* агентов, как в товариществе или акционерном обществе).

Это создает благоприятную почву для «отлынивания» (*shirking*), т. е. работы с меньшей ответственностью и отдачей, чем следует по договору. В условиях совместной деятельности целой «командой» трудно оценить вклад каждого работника. Чем крупнее фирма, тем слабее связь между вознаграждением агента и его личным вкладом и тем сильнее стимулы к отлыниванию.

При складывании крупных организаций трудно получить объективную оценку деятельности отдельных частей, из которых они состоят. Пока действуют две самостоятельные фирмы, о каждой можно судить по соответствующим рыночным показателям, таким как курс акций и др. В случае их слияния поток информации сужается. Если, например, у объединенной компании дела пошли плохо, не так легко определить, какое из ее подразделений несет за это ответственность.

Чем крупнее организация, тем больше в ней групп давления, ведущих борьбу за власть. Возникающие отсюда потери (их иногда называют *издержками влияния*) могут быть очень значительны.

При слиянии фирм нередко возникает конфликт организационных культур. Допустим, одной из фирм присущ жесткий бюрократический стиль управления, а в другой царит дух предпринимательства, вознаграждение напрямую зависит от личного вклада каждого. В случае их слияния организационная культура неизбежно начнет унифицироваться, причем, вероятнее всего, восторжествует бюрократический стиль. Поэтому границы фирмы определяются

*Проблемы оценки деятельности работников и подразделений фирмы*

той чертой, за которой затраты, присущие неполным контрактам, начинают превосходить потенциальные выгоды.

Наш анализ описал как бы полный круг. Первым шагом было определение фирмы как юридического лица и как системы административного контроля. Затем она представала в иных обликах — производственной функции, долговременного контракта и, наконец, неполного контракта.

Интересно отметить, что последний подход в наибольшей степени совпадает и с обиходным пониманием фирмы как юридического лица, и с первоначальным представлением о ней Р. Коуза как об авторитарной, иерархической структуре. Мы убедились также, что анализ любого вопроса, относящегося к фирме, — о ее границах, внутренней организационной структуре, составе участников, распределении прав между ними — неизменно выходит на категорию трансакционных затрат. Мы видим, что если для определения оптимальных границ предприятия главным фактором оказывается экономия технологических затрат при расширении масштабов деятельности, то для определения границ фирмы — экономия трансакционных затрат.