

С.О.БІЛА, доктор наук з державного управління, доцент,
Приазовський державний технічний університет

ІЄРАРХІЯ В ІНСТИТУЦІОНАЛЬНІЙ ТЕОРІЇ ФІРМИ

В сучасній економічній теорії, а також у прикладних економічних дослідженнях питання утворення, функціонування та розвитку фірми посідають одне з визначних місць. Актуальність теми зумовлена тим, що існування фірми як інституту ринкової економіки, тісно пов'язано з наступними проблемами: характер та темпи економічного зростання; інноваційний розвиток виробництва; вирішення соціально-економічних проблем суспільства (у тому числі зростання зайнятості населення тощо).

На особливу увагу заслуговує дослідження внутрішньої, інституційної природи фірми. Саме через розкриття глибинних зв'язків у межах фірми (як мікросистеми ринку) можна знайти пояснення сталості, стабільності цього інституту та з'ясувати закономірності, що керують його розвитком. Досить цікавим, у зв'язку з цим, є аналіз ієрархії як внутрішнього принципу побудови та існування фірми. Найбільш відповідним теоретичним підґрунтям для аналізу ролі та впливу відносин ієрархії на внутрішню природу фірми, без сумніву, стає методологія інституціоналізму.

Теорію фірми з позицій інституціоналізму розглядали як західні, так і російські представники цього наукового напрямку. Серед останніх – цікавою є робота А.Н.Олійника "Інституціональна економіка". Так, найбільш поширеними вчений вважає чотири типи внутрішньофірмової структури, а саме: унітарну, холдінгову, мультидивізіональну, змішану [1, с. 271]. Ієрархія як принцип організації присутня у всіх цих структурах. Водночас автор не дає аналізу впливу ієрархії на специфіку взаємовідносин між принципалом та агентом у межах фірми.

Досить цікавими з огляду на розвиток інституціональної теорії фірми є робота авторського колективу під редакцією В.М.Гальперіна [2], робота Н. Розанової

[3] та інших. Слід зазначити, що ці вчені докладно аналізують еволюцію поглядів на природу фірми у світовій економічній літературі та у своїх дослідженнях наводять різні, часто навіть альтернативні трактування природи фірми.

В роботі "Економіка як система влади" український вчений В.В.Дементьєв у одному з аспектів свого аналізу представляє підприємство (фірму) як форму прояву системи влади. Він виявляє специфіку відносин влади усередині підприємства і вважає, що "... ієрархія влади (яка полягає тут у вертикальному розподілі прав влади та обов'язків і носить авторитарний характер; зовнішньо ієрархія влади усередині фірми виявляється у вигляді ієрархічної системи адміністративного контролю" [4, с. 234]. Таке твердження, без сумніву, має рацію, але на нашу думку, проблема ієрархії у інституційній теорії фірми потребує більш докладного дослідження. Зокрема, слід визначити роль ієрархії у мінімізації трансакційних витрат, вплив ієрархії на відносини внутрішньої єдності фірми та розвиток тенденцій децентралізації у її межах. На жаль, ці проблеми не знайшли ще достатнього розвитку в сучасній українській науковій економічній літературі.

Ціль статті: з позицій інституціональної теорії проаналізувати роль ієрархії у формуванні та існуванні фірми як одного з найважливіших інститутів ринкової економіки. Завданням статті є наступне:

- висвітлити роль ієрархії у відносинах між принципалом та агентом усередині фірми, а також вплив ієрархії на відносини фірми із інститутами зовнішнього середовища;

- проаналізувати, які трансакційні витрати фірми пов'язані із реалізацією відносин ієрархії;

- дослідити можливі напрями мінімізації трансакційних витрат фірми в умовах ринкової економіки;

Одним з основних, центральних елементів ринкового господарства є фірма. Під фірмою (firm) розуміють економічного суб'єкта, що займається виробничою діяльністю і має господарську самостійність у прийнятті рішень про те, що, як і в яких обсягах виробляти, де, кому і за якою ціною продавати свою продукцію. Фірма поєднує ресурси для виробництва певних економічних благ з метою максимізації прибутку. З позицій інституціональної теорії фірма розглядається як коаліція агентів, структура, в якій взаємодіють принципал та агент. На відміну від стихійного ринкового порядку фірми базуються на ієрархічному порядку організації економічної діяльності.

У чому ж, з позицій інституціоналізму, проявляється ієрархія? Слід визнати, що особи, які в будь-якій інституційній структурі займають "функціональні гнізда", опиняються у центрі взаємодій. Вони отримують можливість більшою мірою, ніж інші індивіди, ототожнювати себе з інститутом у цілому. Для індивідів (агентів фірми), всі потенційні зв'язки в межах існування інституту, концентруються у вигляді їх зв'язків з принципалом. Під принципалом можна розуміти партнера, що знаходиться у фірмі у центральній функціональній позиції. Саме цей "центр" і ототожнюється для всіх із серцевиною, суттю природи інституту (фірми).

Якщо до посилення ієрархічних процесів кожен із членів команди міг би ототожнити себе з інститутом, то з пануванням принципів ієрархії таке право належить вже центральному агенту (або ж – принципалу). Ієрархія – це не односторонні дії, а також це не дії, що засновані на примушенні. Передумовами до ототожнення того чи іншого індивіда з інститутом в цілому виникають з прагнення та реалій обмеження прямих зв'язків, отримання інформації тощо. Як вважає А. Аузан, для агента, що займає в інституті (фірмі) центральну позицію, "... сам факт присвоєння інформації стає ... джерелом соціального статусу власника інформації" [5, с. 30].

Найбільш наочно ієрархія проявля-

ється в діяльності корпорації (як однієї з форм прояву та існування фірми). Розвиток ієрархічної структури корпорації супроводжується виокремленням головного офісу (head office), який займається, переважно, стратегічним плануванням, тобто до сфери його інтересів входить визначення майбутнього для всіх підрозділів та суб'єктів інституту. Отже право визначення стратегії розвитку поступово ототожнюється з правом представляти інститут у цілому. "Інститут не може бути виведений з частин, інститут представляє собою межі, в які поставлені частини" [6, с. 132]. Саме головний офіс корпорації і становить ці межі.

Локалізація взаємодій водночас не виключає зростання взаємозалежності між членами одного інституту (фірми). Йдеться про нагальну потребу встановлення обов'язкових жорстких зв'язків, які б забезпечували існування цілісності інституційної структури (фірми). Отже розвиток специфічного контракта, що приймає форму ієрархії, стає наступним кроком у існуванні фірми.

У розвитку ієрархічних відносин (для збереження цілісності інституту) зацікавлені і самі агенти (рядові члени фірми). Відносини найма з агентами, у тому числі і з "низовими" менеджерами, робить підконтрольним їх внесок "у розвиток системи як цілого" [6, с. 99]. Отже ієрархія відносин у межах фірми стимулює її цілісність як інституційної одиниці.

Ієрархія дозволяє центральному агенту заощадити зусилля на контроль та підпорядкування його рішенням діяльності інших агентів фірми. В умовах панування ієрархії виникає і особлива винагорода: стабільність зайнятості, внутрішня система справедливої винагороди в межах існування фірми. Ієрархія логічно сприяє і поліпшенню якості управління: поступово управлінські рішення принципала набувають характеру суспільних благ по відношенню до агентів.

Економічну основу фірми (як трактує інституціональна теорія) складає сукупність контрактів між власниками певних факторів виробництва. В теорії фірми має

місце три основних типи контрактів: 1. Класичний контракт (classical contract law) — представляє собою двосторонній контракт, який ґрунтується на існуючих юридичних правилах; чітко фіксує умови угоди і передбачає санкції у випадку невиконання цих умов. Ніякі усні домовленості, не зафіксовані у тексті договору, такий контракт не визнає. 2. Неокласичний контракт (neoclassical contract law) — це довгостроковий контракт в умовах невизначеності, коли неможливо заздалегідь передбачати всі наслідки угоди, що укладається. Зміст договору тут важить більше ніж його положення, тобто усні домовленості враховуються поряд із письмовими. 3. Відносницький, чи імпліцитний контракт (relational contracting) — це довгостроковий взаємовигідний контракт, у якому неформальні умови переважають над формальними. Його виконання гарантується взаємною зацікавленістю сторін. Для реалізації імпліцитного контракту, як правило, і потрібен планомірний порядок, що і передбачає ієрархію.

Отже фірма поширює ієрархічні відносини не тільки у межах, але й поза межами свого існування; вона розповсюджує дію ієрархії на все суспільство. Дійсно, інтеграція взаємодії в межах певного інституту дозволяє гармонізувати інтереси та узгоджувати протиріччя, що виникають між партнерами. В межах суспільства поступово формується прагнення до узгодження індивідуальної поведінки (тих чи інших інститутів (фірм)) з нормами поведінки та інтересами інших суб'єктів господарювання. Здатність до обмеження індивідуальних інтересів на користь суспільних інтересів, а також інтересів інших суб'єктів господарювання суттєво коректує, змінює принципи ринкового господарювання.

Інституціональна обмежена інформація, яка спрямовує діяльність та зумовлює поведінку індивіда, сприяє посиленню координації діяльності інститутів (фірм). "Розвиток економіки супроводжується формуванням правил, норм та інститутів, які передають інформацію, що потрібна для децентралізованої координації

діяльності економічних агентів" [7, с. 118]. Отже ієрархія та координація у прийнятті рішень та діяльності інституту ринку є невід'ємними складовими теорії фірми.

Інституціоналізм розглядає теорію фірми з урахуванням декількох ракурсів аналізу. Одним з найбільш поширених є розуміння фірми як коаліції власників факторів виробництва, пов'язаних між собою мережею контрактів, у результаті чого досягається мінімізація трансакційних витрат. Система контрактів укладається між власниками певних ресурсів. Всі ресурси фірми підрозділяються на три групи: загальні, специфічні і інтерспецифічні. Нагадаємо, що загальні ресурси — це ресурси, цінність яких не залежить від перебування в даній фірмі: і всередині, і поза нею вони оцінюються однаково. Специфічні ресурси — це ресурси, цінність яких всередині фірми вища, ніж поза нею. Інтерспецифічні ресурси — взаємодоповнюючі, унікальні ресурси, максимальна цінність яких досягається тільки в певній фірмі і за допомогою її.

Фірма виступає не просто як коаліція власників ресурсів, пов'язаних між собою мережею контрактів. Це об'єднання, в основі якого лежить відносницький (чи імпліцитний) контракт з приводу інтерспецифічних ресурсів. Серцевину фірми складає довгостроковий відносницький контракт, укладений між власниками інтерспецифічних ресурсів. Наявність інтерспецифічних і специфічних ресурсів у фірмі дозволяє заощаджувати трансакційні витрати, а їх власникам — отримувати економічний надприбуток (квазіренту).

Як будь-який інститут, контракт створює передумови для взаємодії між принципалом та агентом; між агентами; між принципалами різних фірм (інститутів). Всі угоди, що передбачені контрактами, в кінцевому підсумку наштовхуються на проблему мінімізації трансакційних витрат (яка, у свою чергу, тісно пов'язана із загальною проблемою існування фірми як такої).

Найпоширенішим за сучасного етапу розвитку інституціональної теорії стає наступне трактування трансакційних ви-

трат: трансакційні чи операційні витрати (transaction costs) – це витрати у сфері обміну, пов'язані з передачею прав власності. Звичайно виокремлюють п'ять основних форм трансакційних витрат: витрати пошуку інформації; витрати ведення переговорів і укладання контрактів; витрати виміру; витрати специфікації і захисту прав власності; витрати опортуністичної поведінки. (Більш докладно про зміст цих категорій див [1, с. 140-141]). Разом з тим, до трансакційних витрат фірми слід віднести наступні види: витрати втрачених можливостей; витрати “інституціонального склерозу”; витрати статусної активності; витрати на підтримку спільності переконань.

Витрати втрачених можливостей. Слід зазначити, що досить часто у реальному житті зустрічається ситуація, коли всі можливі взаємозв'язки поступово зводяться до одного чи кількох напрямків. Обмеження ж комунікативного спілкування у тому чи іншому діловому середовищі дорівнює відмові від потенційного розвитку. Скорочення напрямків обміну та спілкування дорівнює зменшенню проявів взаємної відкритості, а точніше, відкритості фірми до середовища, у якому вона існує.

До витрат втрачених можливостей також слід віднести відмову від спільного прийняття рішень в команді на користь бюрократичних або ж ієрархічних процедур. Обмеження взаємозв'язків та взаємовпливу ідей і рішень, у свою чергу, зменшує можливість діалогу між принципалом та агентом у межах фірми та робить майже неможливим існування різних точок зору, підходів до ведення справи тощо. Це, у свою чергу, звужує варіанти розвитку фірми у майбутньому, збільшує невизначеність. “Невизначеність виникає з відсутності комунікації, тобто в ситуації, коли той, хто приймає рішення, не має змоги їх співставити з рішеннями та планами, які роблять інші”, - вважає О.Вільямсон [8, с. 181].

Витрати “інституціонального склерозу”. Досить часто, з метою економії трансакційних витрат, економії часу і зусиль, бюрократичні та ієрархічні зв'язки замінюють прямі зв'язки фірми з іншими

фірмами. Така ситуація стає досить суттєвою перешкодою для майбутнього розвитку фірми, оскільки вона орієнтує фірму вже тільки на спілкування та обмін із заданою інтенсивністю та в заданому напрямку. Водночас постійні зміни зовнішніх умов, або ж найменша нестабільність, ілюструють всю неспроможність такої “економії”. Отже, до витрат “інституціонального склерозу” можна віднести як прямі витрати, внаслідок збільшення бюрократичних процедур та витрат фірми на їх забезпечення, так і опосередковані. До останніх слід віднести витрати, що виникають внаслідок несвоєчасності реакції фірми на зовнішні зміни; несвоєчасності освоєння випуску нової продукції тощо. Про цю особливість діяльності фірми досить багато писав М.Олсон. Саме йому належить і термін “інституційний склероз” [9, с. 78].

До трансакційних витрат також можна віднести витрати статусної активності. Будь-які інститути дуже швидко переймаються ідеєю ієрархічності розвитку. В межах фірми це знаходить прояв у прагненні агентів швидко “піднятися” по ієрархічних сходах, тобто у прагненні “зробити кар'єру”. Для таких агентів як мета – успішна діяльність фірми – поступово втрачає сенс, а їх увага усіяко прикута до отримання вищого статусу, особливого місця у ієрархії (в межах фірми).

Отримання нового, більш вищого статусу означає зайняття місця на перехресті ліній – взаємозв'язків фірми, що несе агенту додаткові вигоди та переваги. Отже статус, за таких обставин, стає ціллю, єдиною сферою інтересів агентів у межах фірми. Власне, прагнення до демонстративного підйому по “ієрархічних сходах”, до придбання позиційного статусу, поступово замінює для агентів реальні проблеми фірми. У довгостроковій перспективі така тенденція може мати дуже негативні наслідки (наприклад, банкрутство фірми).

Протистояти “статусним іграм” можуть трансакційні витрати на підтримку спільності переконань. Норми поведінки, що спільно визначають партнери (у тому числі і партнери по фірмі) “... скорочують витрати на контроль та на укладання конт-

рактів, вони створюють соціальний капітал для використання в інституційному будівництві”, - зокрема, так вважає Д. Норт [10, с. 44].

Обсяги витрат на підтримку спільності переконань, що припадають на кожного агента (у межах фірми), на кожного учасника обігу, представляють собою обернену залежність від інтенсивності їх взаємодії. Чим більша кількість учасників розділяє загальні цінності (зокрема, цінності фірми), тим більша їх спроможність до комунікації, а отже, тим менші обсяги трансакційних витрат.

У реальній, повсякденній господарській практиці, у якості ідеї “спільних переконань” фірми може виступити принцип комерційного розрахунку. Дійсно, всі комерційні організації головним економічним стимулом до господарювання вважають прибуток і будують свою діяльність на госпрозрахунковій основі. Методом господарювання у цьому випадку стає господарський (комерційний) розрахунок. Центральною ідеєю комерційного розрахунку є одержання максимальних результатів (доход, прибуток) при мінімальних витратах в умовах обмежених ресурсів ринку. Насамперед мова йде про пошук оптимального розподілу і використання ресурсів у межах мікросистеми (фірма, підприємство).

Комерційний розрахунок містить у собі ряд систем: рух ресурсів, у тому числі кругообіг і обіг фондів; фінансування і кредитування виробництва; оплату праці; ціноутворення; одержання і розподіл прибутку; нагромадження і відтворення. Принципи і функції комерційного розрахунку логічно пояснюють сутність економічних стимулів до господарювання всіх суб'єктів підприємницької діяльності в умовах ринку. Зростання прибутку, рентабельності, доходів; самоврядування і самофінансування є найважливішими атрибутами бізнесу. Вирішуючи ці проблеми, фірма (підприємство) оптимально поєднує приватногосподарський, колективний і суспільний інтерес і в остаточному підсумку, через систему самореалізації і саморозвитку сприяє прогресу суспільного виробництва в цілому.

Висновки:

1. Ієрархія виступає як внутрішній принцип побудови та існування фірми, чинник, що зумовлює існування глибинних зв'язків у межах фірми (як мікросистеми ринку).
2. З розвитком ієрархічних процедур у межах фірми тісно пов'язані такі трансакційні витрати фірми, як витрати втрачених можливостей, витрати “інституціонального склерозу”, витрати статусної активності, витрати на підтримку спільності переконань.
3. Вплив ієрархії на внутрішню будову фірми є подвійним. З одного боку, ієрархія впливає на формування відносин внутрішньої єдності фірми, а з іншого, вона породжує трансакційні витрати статусної активності, що зумовлюють посилення тенденцій децентралізації у межах фірми.
4. Протистояти “статусним іграм”, що породжені ієрархією, можуть трансакційні витрати на підтримку спільності переконань. У реальній, повсякденній господарській практиці у якості ідеї “спільних переконань” фірми може виступити принцип комерційного розрахунку.

Література

1. Олейник А.Н. Институциональная экономика. – М.: ИНФРА - М, - 2000. – 416с.
2. ,Вехи экономической мысли. Теория фирмы. Т. 2 / Под ред. В.М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 2000. – 534 с.
3. Розанова Н. Эволюция взглядов на природу фирмы в западной экономической науке // Вопросы экономики. – 2002. - № 1. – С. 50-67.
4. Дементьев В.В. Экономика как система власти. – Донецк: Изд-во «Каштан», 2003. – 404 с.
5. Аузан А.А. Информация как

объект присвоения // Социально-экономическая природа информационного продукта и информационного ресурса. Ред. Плахотная Д.Г. – М., 1992. – 386 с.

6. Williamson O.E. Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust implications. A. Study in the Economics of Internal Organization. N.Y., 1975. – 454 p.

7. Schotter A. The Economic Theory of Social Institutions. Cambridge, 1981. – 247p.

8. Williamson O.E. Economics of

governance: Framework and Implications //Langlois R.N. (ed.). Economics as a process. - Cambridge, 1986. – p. 180-193.

9. Olson M. The Rise and Decline of Nations. Economic Growth, stagflation and Social Rigidities. New Haven-London, 1982. – 168 p.

10. North D.C. Structure and Change in Economic History. – N.Y., 1981. – 145 p.

Статья поступила в редакцию 22.03.2004

П.В. КРУШ, доцент.

І.А. МАКСИМЕНКО,

Національний технічний університет України

"Київський політехнічний інститут"

РЕГУЛЮЮЧА ФУНКЦІЯ ДЕРЖАВИ ТА ЇЇ РОЛЬ У ФОРМУВАННІ РИНКОВОГО ІНСТИТУЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА

В умовах економічної глобалізації, переходу до інформаційного суспільства, коли довготермінове функціонування економіки все більше визначається неекономічними чинниками, значно підвищується важливість інституціонального аналізу перехідних процесів. Саме такий аналіз дає можливість заповнити ті теоретичні ніші, які виявлені внаслідок односторонності підходів основних традиційних течій економічної науки до дослідження актуальних проблем ринкових перетворень у трансформаційних суспільствах. Інституціональний інструментарій сприяє застосуванню ефективних механізмів узгодження офіційних та неофіційних обмежень, інтересів основних груп суспільства, прискоренню динаміки соціально-економічного розвитку.

Інституційне середовище має вирішальне значення для вибору цілей, ідеології, "правил гри", шляхів, моделей, етапів, механізмів соціальних перетворень суспільної системи. Тому нова стратегія реформування української економіки і зорієнтована на створення інституційного середовища, яке б стимулювало підприємниць-

ку активність, економічне зростання на основі структурно-інноваційних перетворень, утвердження сучасної соціальної інфраструктури, механізмів соціально-ринкової економіки і водночас розв'язання суперечностей між економікою і суспільством. Йдеться про здійснення послідовної політики глибокої демократизації трансформаційних процесів, утвердження повноцінних інститутів ринкової економіки та відкритого громадянського суспільства на рівні кращих світових стандартів. На цьому етапі розвитку визначальним завданням української держави є створення сприятливих інституційних передумов реалізації завдань європейської інтеграції та утвердження соціально орієнтованої структурно-інноваційної моделі розвитку [1, с.8].

У цьому контексті привертає до себе особливу увагу неоінституціоналізм – один з новітніх і разом з тим достатньо впливових та перспективних наукових напрямів світової економічної теорії, який сьогодні справляє помітний вплив на розвиток економічної теорії у постсоціаліс-