

ПРИРОДАТА НА ФИРМАТА*

Преди икономическата теория е страдала от недостатъка да не формулира ясно своите допускания. В нейното създаване икономистите често са пропускали да изследват основите, върху които е изградена. Такова разглеждане обаче е необходимо не само за да се избягнат объркването и излишните противоречия, възникващи поради непознаването на постановките, на чиято база е изградена една наука. Подобно преразглеждане е нужно и с оглед изключителната важност за икономическата теория на правилна преценка в избора между противоположни допускания. Предполага се например, че употребата на думата “фирма” в икономическата теория може да е различна от смисъла, който влага в понятието “обикновеният човек”.¹ Тъй като очевидно е налице тенденция в теорията анализът да започва с отделната фирма, а не с индустрията,² става още по-наложително не само да се даде ясно определение на думата “фирма”, но и да се изясни разликата между нея и фирмата в “реалния свят”, ако такава разлика съществува. Г-жа Робинсън твърди, че във връзка с допусканията в икономическата теория трябва да се задават два въпроса: подлагат ли се на анализ тези допускания и отговарят ли на реалния свят.³ Макар че, както г-жа Робинсън сочи, “най-често някои предположения се поддават на изследване, а други са реалистични”, все пак вероятно съществуват направления в науката, в които предположенията са както лесни за изучаване, така и свързани с действителността. В тази статия се надяваме да извлечем определение за фирмата, което да бъде не само правдоподобно, т.е. да отговаря на значението на думата в реалния свят, но и да бъде подложено на анализ с помощта на два от най-мощните инструменти на икономическата наука, разработени от Маршал - идеите за пределността и за субституцията, които, взети заедно, дават идеята за пределната субституция.⁴ Разбира се, нашето определение трябва “да отразява формални връзки, които могат да се представят точно”.⁵

* *Economica*, 1937, Vol. IV, p. 386-405.

¹ *Robinson, J.* Economics is a Serious Subject, p. 12.

² Вж. *Kaldor, N.* The Equilibrium of the Firm. - *The Economic Journal*, March 1934.

³ Пак там, с .6.

⁴ *Keynes, J. M.* Essays in Biography, p. 223-224.

⁵ *Robbins, L.* Nature and Significance of Economic Science, p. 63.

I

В търсене на определение за фирма е удобно първо да разгледаме икономическата система така, както тя обичайно е третирана от икономистите. Нека анализираме описанието на икономическата система, дадено от сър Артър Салтър. “Нормалната икономическа система следи сама за себе си. За да функционира в този си вид, тя не се нуждае от централен контрол, нито от централна власт. В целия спектър от човешки дейности и потребности предлагането се нагажда към търсенето, а производството към потреблението посредством “един автоматичен, еластичен и реципрочен процес.”⁶ Един икономист възприема икономическата система като система, координирана от ценовия механизъм, а обществото се превръща не в организация, а в организъм.⁷ Икономическата система “следи сама за себе си”. Това не означава, че отсъства планиране от страна на индивидите. Те правят предвиждания и избират между алтернативните възможности, което е нужно, за да се достигне ред в системата. Но теорията приема, че разпределението на ресурсите зависи пряко от ценовия механизъм. И наистина възражението срещу икономическото планиране често е, че то се стреми единствено да измести ценовия механизъм.⁸ Определението на сър Артър Салтър обаче дава много непълна картина на нашата икономическа система. То изобщо не отразява фирмата.

В икономическата теория например приемаме, че разпределението на производствените фактори в различните случаи се диктува от ценовия механизъм. Цената на фактор А се повишава в Х в сравнение с У. В резултат от това фактор А се придвижва от У в Х, докато разликата в цените в Х и У не изчезне, освен ако не се компенсира от други диференциални предимства. Въпреки това в реалния свят откриваме много сфери, в които не е така. Ако един работник се премести от отдел У в отдел Х, той го прави не поради промяна в относителните цени, а защото така му е наредено. На онези, които се противопоставят на икономическото планиране, изтъквайки аргумента, че проблемът се решава чрез ценови движения, може да се отговори, че в нашата икономическа система съществува планиране, твърде различно от индивидуалното, споменато по-горе, и сродно на това, което обикновено наричаме икономическо. Даденият пример е типичен за голяма част от нашата модерна икономическа система. Наистина този факт не се пренебрегва от икономистите. Маршал въвежда организацията като

⁶ Цитатът е поместен с разрешението на Д. Х. Робъртсън (*Robertson, D. H. Control of Industry*, p. 85) и на проф. Арнолд Плант (*Trends in Business Administration*. - *Economica*, February 1932). Отпечатан е в *Applied Shipping Control*, p. 16-17

⁷ Вж. *Hayek, F. A. The Trend of Economic Thinking*. - *Economica*, May 1933.

⁸ Пак там.

четвърти производствен фактор; Дж. Б. Кларк възлага координираща функция на предприемача; проф. Найт разглежда мениджъри, които координират. Както сочи Д. Х. Робъртсън, ние намираме “острови на съзнателно управление в този океан от несъзнателно взаимодействие като бучки масло, които се сливат в пълно с мляко ведро”.⁹ Но с оглед на факта, че обикновено се смята, че координацията се осъществява от ценовия механизъм, защо е необходима такава организация? Защо са тези “острови от съзнателно управление”? Извън фирмата ценовите движения ръководят производството, което се извършва посредством множество разменни операции на пазара. В рамките на фирмата тези трансакции изчезват и на мястото на сложната пазарна структура идва предприемачът-координатор, който направлява производството.¹⁰ Ясно е, че това са алтернативни начини за неговото координиране. И все пак, ако производството се регулира от ценовите движения и може да се осъществява, без да е налице организация, то бихме си задали въпроса защо тогава съществува организацията изобщо?

Разбира се, ценовият механизъм може да се замества в различна степен. В универсалния магазин разпределението на отделните щандове може да зависи от контролиращ орган или пък да бъде резултат от конкурентното ценово наддаване за рафтово пространство. В Ланкашър, в памучната индустрия, тъкач може да наеме работна ръка и магазинно пространство и да се сдобие със станове и прежда на кредит.¹¹ Това съчетаване на различните производствени фактори обаче обикновено става без намесата на ценовия механизъм. Очевидно степента на “вертикална” интеграция, водеща до заместването на ценовия механизъм, е различна в различните индустрии и фирми.

Струва ми се, може да се приеме, че отличителният белег на фирмата е заместването на ценовия механизъм. Разбира се, както твърди проф. Робинсън, “тя е свързана с външна мрежа от относителни цени и разходи”,¹² но е важно да се разкрие действителната същност на тази връзка. Подобна разлика между разпределението на ресурсите във фирмата и разпределението в икономическата система е описана много живо от г-н Морис Доб в коментара му за концепцията на Адам Смит за капиталиста: “Започнало да става ясно, че съществува нещо по-важно от връзките във всяка фабрика или обект, ръководени от предприемача. Това били връзките на предприемача с останалия стопански свят извън

⁹ Пак там, с. 85.

¹⁰ По-нататък ще използвам понятието “предприемач” в ролята на индивида или индивидите, които в условията на конкуренция заместват ценовия механизъм в разпределението на ресурсите.

¹¹ Survey of Textile Industries, p. 26.

¹² Пак там, с. 71.

неговата непосредствена среда... Предприемачът се натоварва с разделението на труда в рамките на фирмата и планира и организира съзнателно”, но е свързан с много по-голяма икономическа специализация, от която самият той представлява специализирана единица. Тук той играе ролята на отделна клетка в един по-голям организъм, “без да е наясно с по-широката роля, която изпълнява”.¹³

Предвид факта, че икономистите смятат ценовия механизъм за координиращ инструмент и същевременно приемат координиращата функция на “предприемача”, със сигурност е важно да се зададе въпросът защо координацията веднъж е задача на ценовия механизъм и втори път на предприемача. Целта на тази статия е да хвърли мост между допускането в икономическата теория (направено с определена цел), че ресурсите се разпределят с помощта на ценовия механизъм, и допускането (направено с друга цел), че това разпределение зависи от предприемача-координатор. Трябва да разясним основата, върху която на практика се прави изборът между алтернативите.¹⁴

II

Задачата ни е да се опитаме да разберем защо въобще възниква фирмата в една икономика на специализираната размяна. Ценовият механизъм (разглеждан само от гледна точка движението на ресурсите) може да бъде заместен, ако новият механизъм е търсен самоцелно. Такъв би бил случаят например, когато някои искат да работят под ръководството на друг. Такива хора биха приели по-малко, за да работят за някого, и оттук фирмите биха възниквали по естествен път.

Това обаче може да не е особено важна причина, тъй като се налага обратната тенденция, ако се съди по значението, което се отдава на предимството “да бъдеш господар на самия себе си”.¹⁵ Разбира се,

¹³ Capitalist Enterprise and Social Progress, p. 20; *Henderson*. Supply and Demand, p. 3-5.

¹⁴ Лесно може да се забележи, че когато държавата управлява дадена индустрия, в процеса на планиране тя поема функциите на ценовия механизъм. Но обикновено трудно се забелязва, че всеки бизнесмен, координирайки между различните отдели, извършва това, което може да се организира чрез пазарния механизъм. Ето защо е основателен отговорът на г-н Дърбин на тези, които подчертават проблемите на икономическото планиране, а именно, че същите проблеми трябва да бъдат решавани и от бизнесмените в конкурентната система (вж. *Economic Calculus in a Planned Economy*. - *The Economic Journal*, December 1936). Съществената разлика в двата случая е, че икономическото планиране е наложено в дадената индустрия, докато фирмите възникват спонтанно, тъй като представляват един по-ефективен механизъм на производствена организация. В условията на конкуренция съществува оптимално равнище на планиране!

¹⁵ Вж. *Dawes, H.* Labor Mobility in the Steel Industry. - *The Economic Journal*, March 1934, p. 86. Той дава за пример “навлизането в търговията на дребно и застрахователното

ако желанието е не да бъдеш контролиран, а да контролираш, да упражняваш власт над другите, тогава хората трябва да искат да жертват нещо, за да контролират други, т.е. ще трябва да искат да плащат на други повече, отколкото те биха получили при ценовия механизъм, за да могат да ги контролират. Но това означава, че тези, които плащат, за да управляват, не са заплатени за това, че управляват, което очевидно в повечето случаи не е вярно.¹⁶ Фирмите може да съществуват също и защото купувачите предпочитат стоки, произведени от фирми, а не по друг начин. Но дори и в сфери, където би се очаквало, че такива предпочитания са незначителни (ако те наистина съществуват), в реалния свят са налице фирми.¹⁷ Ето защо трябва да играят роля други фактори.

Основната причина, поради която е рентабилно да се създаде фирма, изглежда, е, че съществува цена за използването на ценовия механизъм. Най-очевидният разход за "организирането" на производство чрез ценовия механизъм е този за установяване на това какви са съответните цени.¹⁸ Този разход може да бъде намален, но не и елиминиран, с появата на специалисти, които продават такава информация. Разходите за преговори и сключване на отделен договор за всяка разменна операция на пазара също трябва да се отчитат.¹⁹ Отново, на определени пазари - а именно при размяната на продукти, се разработват техники за минимизирането на тези договорни разходи, но те все пак не могат да се премахнат напълно. Вярно е, че договорите не изчезват с появата на фирмата, но броят им значително се съкращава. Един производствен фактор (или пък собственик) не е длъжен да сключва поредица от договори с факторите, с които той си сътрудничи в рамките на фирмата, както би било необходимо, разбира се, ако това

дело на по-добре платените квалифицирани работници в желанието им (често главна цел в живота на работника) да бъдат независими".

¹⁶ Все пак е възможно и обратното. Някои дребни собственици на магазини печелят по-малко от служителите си.

¹⁷ Вж. *Shove, G. F. The Implications of the Market: a Further Note.* - *The Economic Journal*, March 1933, p. 116, note 1. Авторът сочи, че подобни предпочитания могат да съществуват, макар че примерът, който дава, е почти в противоречие на това, за което става дума в текста.

¹⁸ Вж. *Kaldor, N. A Classificatory Note of the Determinateness of Equilibrium.* - *The Review of Economic Studies*, February 1934. Според него едно от допусканията на статичната теория е, че "всички съответни цени са известни на всички индивиди". Това очевидно не е вярно в реалния свят.

¹⁹ Този момент се отбелязва от проф. Ашер във връзка с развитието на капитализма. Той твърди: "Поетапната покупка и продажба на частично завършени продукти е била чиста загуба на енергия" (*Introduction to the Industrial History of England*, p. 13), но не развива идеята по-нататък, нито отчита защо покупко-продажбите все още съществуват.

сътрудничество е пряк резултат от работата на ценовия механизъм, тъй като тази поредица от договори се заменя с един-единствен. На този етап е съществено да се отбележи характерът на договора, в който встъпва факторът, нает от фирмата. Договорът е съглашение, в което срещу съответно възнаграждение (плаващо или фиксирано) факторът се съгласява да изпълнява заповедите на предприемача *в определени граници*.²⁰ Смесът на договора е, че той само определя границите на правомощията на предприемача. В рамките на тези граници той може да управлява останалите фактори на производство.

Съществуват и други недостатъци или разходи при използването на ценовия механизъм. Може да е необходимо да се сключи дългосрочен договор за доставката на определен продукт или услуга. Това би могло да се дължи на факта, че ако един договор се сключва за по-дълъг период, вместо няколко краткосрочни, ще се избягнат някои разходи за всеки отделен договор. Или пък в зависимост от склонността си към риск дадени индивиди могат да предпочетат да сключат дългосрочни вместо краткосрочни договори. В този случай поради трудността на прогнозирането колкото по-дълъг е периодът на договора за доставката на съответен продукт или услуга, толкова по-малко възможно и всъщност по-малко желателно за купувача е да определи какво се очаква от ответната страна по договора. За лицето, осигуряващо продукта или услугата, може да е безразлично кое от няколко възможни действия се предприема, но не и за купувача на тази услуга или стока. Купувачът няма да знае кое от тези няколко действия ще иска да предприеме доставчикът. Ето защо предлаганата услуга се споменава най-общо в договора, като отделните детайли се оставят за по-късна дата. В него са упоменати само границите на това, което се изисква от лицето, предлагащо продукта или услугата. Подробностите около задълженията на доставчика не се посочват в договора, а се решават от купувача по-късно. Когато разпределението на ресурсите (в рамките на договора) зависи по такъв начин от купувача, може да се получи връзката, която наричам "фирма".²¹ Ето защо е вероятно да възникне фирма в случаите, в които един много краткосрочен договор е незадоволителен. Това очевидно е от по-голяма важност в сферата на услугите или труда, отколкото при покупката на стоки. В случая със стоките основните клаузи могат да се формулират в началото, а

²⁰ Възможно е и да не съществуват граници на правомощията на предприемача. Това би било равнозначно на доброволна заробване. Според проф. Бат такъв договор би бил невалиден и неизпълним (The Law of Master and Servant, p. 18).

²¹ Естествено не е възможно да се определи категорично и веднага дали има фирма, или не. Може да има по-голяма или по-малка координация. Това е аналогично на правния въпрос дали съществува връзка между господаря и слугата или между принципала и агента (вж. коментара на проблема по-нататък).

подробностите, които могат да бъдат оставени за по-късно, са второстепенни.

Можем да обобщим тази част от аргумента, като кажем, че функцията на пазара струва нещо и че чрез формирането на организация и делегирането на власт на предприемача да направлява ресурсите могат да бъдат спестени определени маркетингови разходи. Предприемачът трябва да изпълни своята функция при по-ниски разходи, като отчита, че може да придобие производствените фактори по-евтино от пазарните транзакции, които той замества, защото винаги е възможно да се обърне отново към открития пазар, ако не успее да изпълни своята функция.

Проблемът за неопределеността се смята за неотменно свързан с изучаването на равновесието на фирмата. Изглежда неправдоподобно тя да възникне без концепцията за неопределеността. Някои обаче като проф. Найт, които превръщат *начина на плащане* в отличителна черта на фирмата (постоянните доходи, гарантирани на заетите в производството от лице, което получава остатъчната величина, както и променливия доход), са склонни да поставят въпрос, нямащ отношение към разглеждания проблем. Даден предприемач може да продаде услугите си на друг за определена сума пари, докато заплащането на подчиненият може да бъде предимно или изцяло част от печалбата.²² Същественият въпрос би бил защо разпределението на ресурсите не се извършва пряко от ценовия механизъм.

Друг фактор, който трябва да се отбележи, е, че търговските операции на даден пазар и същите операции, осъществявани във фирма, често се третират различно от правителствата или други регулиращи органи. Ако разгледаме действието на данъка върху продажбите, ясно е, че това е данък върху пазарните транзакции, а не върху тези, организирани в рамките на фирмата. След като това са алтернативни методи на "организация" от ценовия механизъм или от предприемача, подобна регулираща дейност ще роди фирми, които иначе нямат причина да съществуват. Тази дейност ще създаде причина за появата на фирмата в една икономика на специализираната размяна. Естествено дотолкова, доколкото фирмите вече съществуват, мярка като данък върху продажбите просто ще ги направи по-големи, отколкото те иначе биха били. Аналогично схемите от квоти и методите за ценови контрол, които предполагат преразпределение и не се отнасят до фирми, произвеждащи такива продукти за себе си, като дават предимства на опериращите във фирмата, а не чрез пазара, във всички случаи стимулират растежа на фирмите. Но е трудно да се повярва, че именно

²² Възгледите на проф. Найт се разискват по-нататък.

мерки като споменатите в този параграф са породили фирмите. Такива мерки обаче биха имали подобен резултат, ако липсваха други причини.

Ето защо това са причините за съществуването на организации като фирмите в една икономика на специализираната размяна, в която обикновено се приема, че разпределението на ресурсите се "организира" от ценовия механизъм. Следователно фирмата се състои от системата от връзки, възникващи когато разпределението на ресурсите зависи от предприемача.

Описаният подход има достоинството да предлага научно обяснение на твърдението, че фирмата увеличава или намалява размера си. Една фирма се разраства с организирането от предприемача на допълнителни трансакции (които биха могли да бъдат пазарни трансакции, координирани от ценовия механизъм). Фирмата се свива със съкращаването на броя на организираните от него трансакции. Възниква въпросът дали е възможно да се изучават силите, определящи размера на фирмата. Защо предприемачът организира една търговска операция повече или по-малко? Интересно е да се отбележи мнението на проф. Найт:

"Връзката между ефективността и размера е един от сериозните проблеми на теорията, като обратно на връзката за предприятието, е повече въпрос на персоналност и исторически обстоятелства, отколкото на някакви ясни общи принципи. Но въпросът е особено значим, защото възможността за монополни печалби е мощна предпоставка за продължителното и неограничено разрастване на фирмата. Тази сила може да бъде неутрализирана от нещо също толкова силно, което да доведе до намалена ефективност (в генерирането на паричен доход) с увеличаването на размера, дори и да съществува конкуренция отвън."²³

Като че ли проф. Найт приема за невъзможно да се изследват научно детерминантите на размера на фирмата. Ще се опитаме да разрешим на проблема на основата на концепцията за фирмата, изложена по-горе.

Беше направено предположението, че появата на фирмата се дължи предимно на съществуването на маркетингови разходи. Уместно би било да се зададе въпросът (твърде встрани от разсъжденията на проф. Найт за монопола) защо, ако чрез организацията могат да се елиминират определени разходи, изобщо съществуват пазарни трансакции.²⁴ Защо цялото производство не бъде организирано в рамките на една голяма фирма? Възможни са няколко обяснения.

²³ Risk, Uncertainty and Profit. Preface to the Re-issue. London School of Economics Series Reprints, 1933, N 16.

²⁴ Съществуват определени маркетингови разходи, които могат да изчезнат само ако се премахне "потребителският избор", и това са разходите за търговия на дребно.

Първо, с разрастването на фирмата може да съществува намаляваща възвращаемост от предприемаческата функция, т.е. разходите за осъществяване на допълнителни транзакции във фирмата могат да нарастват.²⁵ Естествено достига се до точка, в която разходите за осъществяване на една допълнителна транзакция във фирмата се изравняват с тези за извършването ѝ от друг предприемач. Второ, възможно е с увеличаване броя на транзакциите предприемачът да не успява да разпредели производствените фактори, така че да максимизира тяхната стойност, т.е. не успява да ги използва по най-добрия начин. Отново се достига точка, в която загубата от разхищаването на ресурсите е равна на маркетинговите разходи за обменната операция на открития пазар или на загубата в случай, че транзакцията се осъществява от друг предприемач. И накрая, доставната цена на един или повече фактори на производството може да се повиши, защото "другите предимства" на малката фирма са повече от тези на голямата.²⁶ Разбира се, действителната точка, в която разширяването на фирмата спира, може да се установи чрез комбиниране на изброените фактори. Първите две причини най-вероятно отразяват понятието, използвано от икономистите, а именно "намаляващата възвращаемост от мениджмънта".²⁷

В предишния параграф се спомена, че фирмата ще се разпростира, докато разходите за организиране на една допълнителна транзакция в нея станат равни на разходите за осъществяването на същата операция на открития пазар или на тези за извършването ѝ в друга фирма. Но ако фирмата спре да расте под точката на маркетинговите разходи на открития пазар и в точка, равна на разходите за осъществяване в друга

Понятно е, че тези разходи могат да нараснат толкова, че хората да предпочетат режим на преразпределение, тъй като полученият допълнителен продукт ще надвишава загубата на потребителски избор.

²⁵ Този аргумент приема, че обменните операции на пазара са хомогенни, което в действителност не е така. По-нататък се отчита това несходство.

²⁶ За изменението на доставните цени на производствените фактори във фирми от различен мащаб вж. *Robinson, E. A. The Structure of Competitive Industry*. Понякога се твърди, че доставната цена на организационните умения се увеличава с нарастване размера на фирмата, понеже хората предпочитат да ръководят малки независими бизнес-структури вместо отдели в едрия бизнес (вж. *Jones. The Trust Problem*, p. 531; *Macgregor. Industrial Combination*, p. 63). Такъв най-често е аргументът на поддръжниците на процеса на рационализиране. Смята се, че по-голям обем единици би бил по-ефективен, но поради индивидуалистичния си характер дребните предприемачи предпочитат да останат независими въпреки по-големия доход, който произтича от повишената ефективност в процеса на рационализиране.

²⁷ Подобно разглеждане, разбира се, е кратко и непълно. За по-подробно изследване на проблема вж. *Kaldor, N. The Equilibrium of the Firm*. - *The Economic Journal*, March 1934; *Robinson, E. A. G. The Problem of Management and the Size of the Firm*. - *The Economic Journal*, June 1934.

фирма, в повечето случаи (с изключение на случая "комбиниране"²⁸) това означава, че съществува търговска операция между тези двама производители, всеки от които може да я извърши при по-малко от действителните маркетингови разходи. Как да се разреши парадоксът? Причината за него ще изясним, ако разгледаме един пример. Да предположим, че А купува продукт от В и че и А, и В могат да осъществят пазарната транзакция за по-малко от съществуващите в момента разходи. Можем да приемем, че В не извършва само един производствен процес или етап, а няколко. Тогава, ако А реши да избегне дадена пазарна транзакция, той ще трябва да поеме всички производствени процеси, контролирани от В. Ако А не поеме всички производствени процеси, ще остане една търговска операция, макар да се купува различен продукт. Но вече допуснахме, че с разширяването си всеки производител става по-малко ефективен - допълнителните разходи за повече транзакции нарастват. Възможно е разходите на А за осъществяване на операции, извършвани преди това от В, да бъдат по-големи от тези на В за същото нещо. Затова А ще поеме цялата работа на В само ако неговите разходи за извършването ѝ не надвишават разходите на В с повече от разходите за осъществяване на транзакцията на открития пазар. Но след като е по-икономично да се извърши операция чрез пазара, струва си да се раздели производството по такъв начин, че разходите за осъществяване на допълнителната транзакция да станат еднакви във всяка фирма.

Дотук приемахме, че търговските операции чрез ценовия механизъм са хомогенни. Всъщност нищо не може да бъде по-разнообразно от действителните транзакции, осъществяващи се в нашия модерен свят. Оттук следва, че разходите за извършване на пазарни транзакции чрез ценовия механизъм ще се различават съществено, както и тези за организирането на същите транзакции във фирмата. Тогава изглежда възможно, отделно от въпроса за намаляващата възвръщаемост, разходите за определени транзакции във фирмата да надвишават тези за извършването им чрез открития пазар. Това непременно означава, че е имало транзакции, осъществени с помощта на ценовия механизъм, но означава ли, че трябва да съществува повече от една фирма? Естествено не, тъй като всички онези сфери в икономическата система, в които разпределението на ресурсите не зависи пряко от ценовия механизъм, биха били организирани в рамките на една фирма. Изтъкнатите фактори изглеждат важни, въпреки че е трудно да се каже кое е по-съществено - "намаляващата възвръщаемост от мениджмънта" или нарастващите доставни цени на факторите.

²⁸ По-нататък се дава дефиниция на понятието.

Следователно при равни други условия фирмата ще нараства:

а) колкото по-малки са разходите за организиране на транзакции и колкото по-бавно се повишават тези разходи с увеличаване броя на осъществяваните транзакции;

б) колкото по-малко грешки допуска предприемачът и колкото по-бавно растат грешките с увеличаване на транзакциите;

с) колкото по-голямо е намалението (или по-малко нарастването) на доставните цени на производствените фактори за фирми с по-голям размер.

Освен в резултат от промените в доставните цени на производствените фактори разходите за транзакции и загубите от грешки вероятно ще се увеличават и с разширяването на транзакциите в пространствено отношение, с различията между транзакциите, а също и с вероятността от промени в съответните цени.²⁹ Колкото повече търговски операции извършва предприемачът, толкова по-вероятно е те да се различават по брой и по място. Това е още една причина за намаляването на ефективността с растежа на фирмата. Открития, които сближават производствените фактори, като съкращават пространственото разпределение, водят до разширяване на фирмата.³⁰ Промени като телефона и телеграфа, които намаляват разходите за организация в пространствено отношение, повишават този размер. Всички нововъведения, които подобряват управленските умения, увеличават фирмата.³¹

²⁹ Този аспект на проблема е подчертан от Н. Калдор (вж. *Kaldor, N.* Цит. съч.). Преди него значимостта му в същата връзка се изтъква от Е. А. Г. Робинсон (вж. *The Structure of Competitive Industry*, p. 83-106). Приема се, че по-голямата вероятност от ценови изменения увеличава разходите за организация в рамките на фирмата повече, отколкото тези за транзакции чрез пазара, което е възможно.

³⁰ Такъв е и подходът на Е. А. Г. Робинсон при изследването на техническата единица (вж. *The Structure of Competitive Industry*, p. 27-33). Колкото е по-голяма тя, толкова по-силна е концентрацията на факторите, откъдето и фирмата има тенденцията да нараства.

³¹ Необходимо е да се отбележи, че повечето открития променят както разходите за фирмена организация, така и тези за използването на ценовия механизъм. В случая дали фирмата расте, или намалява зависи от относителния ефект на иновацията върху тези два вида разходи. Например, ако телефонът съкращава разходите за ценовия механизъм повече от фирмените разходи, то той ще води до свиване размера на фирмата.

Морис Доб предлага описание на тези динамични сили (вж. *Dobb, M. Russian Economic Development*, p. 68). "С отмяната на крепостния труд фабриката като място, където се работи под диктата на надзирателя, изгубва своя смисъл и възниква отново с въвеждането на машинната сила след 1846 г." Важно е да се разбере, че преходът от домашно производство към фабрична система не е просто историческа случайност, а е обусловен от икономическите сили. Това личи от факта, че е възможно да се премине от фабрично към домашно производство, както в случая с Русия, и обратното. Характерно за феодализма е, че той не позволява на ценовия механизъм да действа. Разпределението се осъществява от друг фактор.

Трябва да се отбележи, че даденото определение за фирма може да послужи, за да се формулират по-прецизно термините "комбиниране" и "интеграция".³² Комбинирането възниква, когато транзакциите, осъществявани преди това от двама или повече предприемачи, се поемат от един-единствен. Интеграцията включва транзакции, които преди това са се осъществявали между предприемачите на пазара. Фирмата може да расте само по единия или и по двата начина. Така цялата "структура на конкурентната индустрия" може да се проследи с помощта на икономическия анализ по обичайния път.

III

Разглежданият в предишната част проблем не е напълно пренебрегван от икономистите и трябва да се подчертае защо посочените причини за възникването на фирмата в една икономика на специализираната размяна са за предпочитане пред другите обяснения, които се предлагат.

Понякога се казва, че причината за появата на фирмата трябва да се търси в разделението на труда. Такъв е възгледът на проф. Ашер, възприет и доразвит от г-н Морис Доб. Фирмата е "резултат от все по-сложното разделение на труда... Растящата икономическа диференциация налага необходимостта от една интегрираща сила, без която диференциацията би се превърнала в хаос и подобно на интегриращата сила, в една диференцирана икономика индустриалните форми са от първостепенна важност."³³ Отговорът на въпроса е очевиден. "Интегриращата сила в диференцираната икономика" вече съществува под формата на ценовия механизъм. Може би главното постижение на икономическата наука е, че е доказала, че няма причина специализацията да води до хаос.³⁴ Затова причината, изтъкната от Морис Доб, е неприемлива. Трябва да се обясни защо една интегрираща сила (предприемачът) се заменя от друга (ценовия механизъм).

Най-интересните причини (а може би и най-общоприетите), които се предлагат като обяснение, се съдържат в труда на проф. Найт "Рискът, неизвестността и печалбата". Нека разгледаме неговите възгледи по-подробно.

С отмирането на феодалното господство обаче ценовият механизъм започва да действа. Чак когато машините концентрират работници на едно място, възникват предпоставките за заместване на ценовия механизъм и се възражда фирмата.

³² Често второто понятие се нарича "вертикална интеграция", а първото "латерална интеграция".

³³ *Dobb, M.* Цит. съч., с. 10. Теорията на проф. Ашер е изложена в *Introduction to the Industrial History of England*, p. 1-18.

³⁴ Вж. *Clark, Cf. J. B.* *Distribution of Wealth*, p. 19. Тук Кларк говори за теорията за размяната като за "теория на организация на индустриалното общество".

Проф. Найт започва със система, в която няма неопределеност:

“Действайки като индивиди с абсолютна свобода, но без коопериране, хората трябва да водят организиран икономически живот с първично и вторично разделение на труда, с употребата на капитал и т.н., до степента, която е достигнала съвременна Америка. Основният момент, който изисква усилия на въображението, е вътрешната организация на производствените групи или предприятия. При пълното отсъствие на неопределеност и съвършеното познаване на ситуацията от всеки индивид няма да съществува нещо като отговорен мениджмънт или контрол на производствената дейност. Няма да се извършват дори пазарни трансакции. Движението на суровини и производствени услуги към потребителя би било изцяло автоматично.”³⁵

Проф. Найт твърди, че можем да си представим това положение като "резултат от дълъг процес на експериментиране, изработен само по метода на пробата и грешката", докато не е необходимо да си представим, че всеки работник прави непременно точното нещо, на точното място в един вид "установена хармония" с работата на другите. Може да има мениджъри и надзиратели, които да координират дейностите на индивидите, макар тези мениджъри да изпълняват чисто рутинна функция, "без каквато и да било отговорност".³⁶

По-нататък проф. Найт продължава: “С въвеждането на неопределеността в тази идилична картина, с факта на незнанието и необходимостта да се действа по убеждения, а не по информираност, неговият характер се променя коренно... С въвеждането на неопределеността същинското изпълнение на дейностите се превръща в един вид второстепенна част от живота. Първостепенният проблем или функция са какво да се прави и как да се прави.”³⁷

Неопределеността е свързана с двете най-важни характеристики на социалната организация: “На първо място, стоките се произвеждат за пазара на основата на изцяло неличните предвиждания за нуждите и не за задоволяване нуждите на самите производители. Производителят поема отговорността да прогнозира нуждите на потребителите. На второ място, процесът на прогнозиране, а също и голяма част от технологичното ръководство и производствения контрол все още са концентрирани в една много тясна класа производители и се сблъскваме с нов икономически функционер - предприемачът... Когато съществува неопределеност и проблемът какво и как да се произвежда взема връх над този за изпълнението, вътрешната организация на производствените групи вече не е въпрос без значение или дребен детайл.

³⁵ Risk, Uncertainty and Profit, p. 267.

³⁶ Пак там, с. 267-268.

³⁷ Пак там, с. 268.

Централизацията на тази решаваща и контролираща функция е задължителна, неизбежно е "централното управление".³⁸

Фундаменталната промяна е: "...системата, при която уверените и предприемчивите предполагат риска или подсигуряват неуверените и несигурните, като им гарантират определен доход в замяна на постигнати действителни резултати... При особеностите на човешката природа, такава, каквато я познаваме, би било неразумно или необичайно един човек да гарантира на друг определен резултат от действията на втория, без да му се делегира власт да управлява неговата работа. А от друга страна, вторият участник няма да се постави под ръководството на първия без такава гаранция... Резултатът от тази множествена специализация на функциите е предприятието и системата на заплащане в индустрията. Тяхното съществуване в света е пряк резултат от факта на неопределеността."³⁹

Тези цитати са същината на теорията на проф. Найт. Присъствието на неопределеност предполага хората да предвиждат бъдещите потребности. Така възниква особена класа, която направлява дейностите на другите и им гарантира заплащане. Тя действа, тъй като подходящото решение обикновено произтича от увереността в него.⁴⁰

Възгледът на проф. Найт подлежи на критика по няколко пункта. Най-напред, както самият той сочи, фактът, че определени хора вземат по-правилни решения или са по-добре информирани, не означава, че те единствено могат да придобият доход, като участват активно в производството. Те биха могли да продават знанията или съветите си. Всеки бизнес купува услугите на консултанти. Можем да си представим система, в която всички съвети или познания се купуват съобразно нуждите. Отново е възможно да се получи възнаграждение за по-добри знания или решения не чрез активно участие в производството, а чрез сключване на договори с производители. Търговец, който купува за бъдеща доставка, представлява именно такъв пример. Но това просто илюстрира идеята, че е възможно да се даде гарантирано възнаграждение за изпълнението на определени действия, без да се контролират тези действия. Проф. Найт твърди: "При особеностите на човешката природа, такава, каквато я познаваме, би било неразумно или необичайно един човек да гарантира на друг определен резултат от действията на втория, без да му се делегира власт да управлява неговата работа." Това определено не е така. Много професии са свързани с договаряне, т.е. договарящият получава гарантирана сума пари при условие, че изпълни определени действия. Тук не се упражнява

³⁸ Пак там, с. 268-295.

³⁹ Risk, Uncertainty and Profit, p. 269-270.

⁴⁰ Пак там, с. 270.

никакъв контрол. Това означава обаче, че се е променила системата от относителни цени и че се преразпределят факторите на производство.⁴¹ Твърдението на Найт, че "вторият участник няма да се постави под ръководството на първия без такава гаранция" няма връзка с разглеждания проблем. Най-накрая трябва да се отбележи, че според Найт дори в икономическа система, в която няма неопределеност, ще съществуват координатори, въпреки че те ще изпълняват само рутинна функция. Той веднага добавя, че те ще бъдат "без каквато и да било отговорност", което предизвиква въпроса кой и защо им плаща. Проф. Найт, изглежда, никъде не споменава причината за заместването на ценовия механизъм.

IV

Важно е да разгледаме още един момент и това е връзката между разискваната тема и общия въпрос за "разходната крива на фирмата".

Понякога се смята, че при съвършената конкуренция фирмата е ограничена по отношение на мащаба, ако разходната ѝ крива се издига нагоре,⁴² а при несъвършената тя е ограничена, тъй като е нерационално да се произвежда повече от продукцията, при която пределните разходи са равни на пределните приходи.⁴³ Ясно е обаче, че фирмата може да произведе повече от един продукт. Следователно няма достатъчно основателна причина положителният наклон на разходната крива в случая на съвършената конкуренция или пък фактът, че пределните разходи невинаги са под равнището на пределните приходи при несъвършената конкуренция, да ограничават размера на фирмата.⁴⁴ Г-жа Робинсън⁴⁵ опростява анализа с допускането, че се произвежда само един продукт. Но очевидно трябва да се установи как фирмата определя броя на продуктите, които произвежда, макар че нито една теория, която

⁴¹ Оттук следва, че е възможна система на частни предприятия без фирми. Макар в действителност двете функции на предприятието, влияещи на системата от относителни цени чрез предвиждане на търсенето и производство съобразно предвиждането, както и мениджмънтът, който приема системата от относителни цени за дадена, обикновено се осъществяват от едно и също лице. Въпреки това е важно да бъдат разграничавани в теорията. Тази проблематика се изяснява по-нататък.

⁴² Вж. *Kaldor*. Цит. съч.; *Robinson*. *The Problem of Management and the Size of the Firm*.

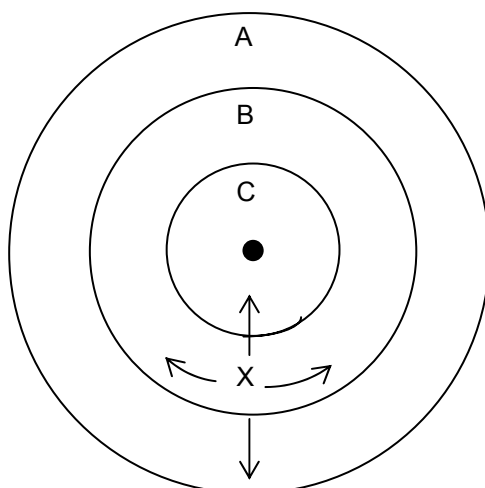
⁴³ Г-н Робинсън нарича това условие за оцеляване на фирмата при несъвършената конкуренция.

⁴⁴ Заключение на г-н Робинсън определено е погрешно (вж. *Robinson*. Цит. съч., с. 249, note 1). То е възприето и от *White, H. J. Jr. Monopolistic and Perfect Competition*. - *The American Economic Review*, December 1936, p. 645, note 27. Според г-н Уайт "очевидно размерът на фирмата е ограничен в условията на монополистична конкуренция".

⁴⁵ *Economics of Imperfect Information*.

приема, че се произвежда само един продукт, няма особено практическо значение.

Може да се отговори, че при съвършената конкуренция, понеже всичко, което се произвежда, може да се продаде по установената цена, не съществува необходимост да се произвеждат други продукти. Но аргументът пренебрегва факта, че може да има точка, при която е по-евтино да се осъществяват търговски операции с нов продукт, отколкото да се извършат още транзакции със стария. Тази идея може да бъде илюстрирана по следния начин: Нека, следвайки разсъжденията на Фон Тюнен, приемем, че съществува град - потребителски център и че около него в концентрични кръгове са разположени различни производства. Примерът е указан на долната фигура, на която А, В, и С представляват различните индустрии.



Даден предприемач започва да контролира пазарните транзакции от точката X. С разширяването на дейността му в производството на същия продукт (В) разходите за осъществяване на транзакции нарастват, докато в някаква точка станат равни на тези за друг, близък продукт. Следователно с разширяването на фирмата производството ще включва повече от един продукт (А и С). Такова разглеждане на проблема далеч не е пълно,⁴⁶ но е необходимо да се покаже, че издигането на кривата не

⁴⁶ Както стана ясно, местоположението е само един от факторите за организационните разходи.

поставя ограничение върху мащабите на фирмата. Дотук разгледахме само случая на съвършената конкуренция. Случаят при несъвършената конкуренция изглежда очевиден.

За да определим размера на фирмата, трябва да отчетем маркетинговите разходи (т.е. разходите за използването на ценовия механизъм) и тези за транзакции на различни предприемачи. След това можем да определим колко продукти и колко от всеки един от тях ще бъдат произвеждани във всяка фирма. Ето защо г-н Шоув⁴⁷ в статията си "Несъвършена конкуренция" задава въпроси, на които постановката за кривата на разходите на г-жа Робинсън не може да отговори. Споменатите фактори, изглежда, имат отношение към въпроса.

V

Сега остава само една задача и тя е да се види дали концепцията за фирмата, развита тук, отговаря на реалния свят. Най-добре можем да подходим към въпроса за това какво представлява фирмата в действителния живот, като вземем под внимание правната връзка, наричана най-често "господар-слуга" или "работодател-работник".⁴⁸ Същността на тази връзка се състои в следното:

"(1) Слугата се задължава да предостави своите лични услуги на господаря или на други, действащи от името на господаря. В противен случай договорът е за продажбата на продукт или подобно на продукт.

(2) Господарят има правото да контролира работата на слугата лично или чрез друг слуга или агент. Това е правото на контрол или намеса, правото да се дават заповеди на слугата кога да работи (в рамките на работния ден) и кога не, какво да прави и как да го прави (според условията на работата), което е характерната особеност на подобно отношение и разграничава слугата от независимия договарящ агент или от наетия единствено да дава на работодателя плодовете на своя труд. В последния случай договарящият или изпълнителят не е под контрола на работодателя в извършването на работата или услугата. Той трябва сам да контролира и организира работата си, така че да изпълни договора."⁴⁹

⁴⁷ *Shove, G. F. The Imperfections of the Market. - The Economic Journal, March 1933, p. 115.* Във връзка с увеличеното търсене в предградията и ефекта върху цените, поставяни от доставчиците, г-н Шоув задава въпроса "... Защо старите фирми не открият клонове в предградията?" Ако е верен аргументът, изложен в текста, научният апарат на г-жа Робинсън не може да отговори.

⁴⁸ Правното взаимоотношение "работодател-работник" и икономическото понятие "фирма" не са еднозначни, тъй като при фирмата едно лице може да контролира собствеността на друго лице, както и неговия труд. Те обаче са достатъчно близки, за да се изследва значението на правната връзка в икономически контекст.

⁴⁹ *Batt. The Law of Master and Servant, p. 6.*

Така стигаме до извода, че именно контролът е сърцевината на правната връзка "работодател-работник", точно както това е и в икономическата концепция, развита по-горе. Интересно е да се отбележи, че професор Бат още твърди:

“Онова, което отличава агента от слугата, не е отсъствието или присъствието на фиксирана заплата или плащане само като комисиона върху извършената работа, а по-скоро свободата, с която агентът действа.”⁵⁰

Следователно можем да заключим, че даденото определение тясно се доближава до фирмата, каквато е в реалния свят.

Ето защо нашата дефиниция е реалистична. Подлага ли се на анализ? Това също трябва да се изясни. Когато разглеждаме колко голяма е фирмата, принципът на маржинализма работи гладко. Въпросът винаги е струва ли си да се организира още една транзакция под контрола на управленската власт? На границата разходите за осъществяване на транзакция във фирмата ще бъдат равни на тези за същото в друга фирма или на разходите за това да се остави ценовият механизъм да я "извърши". Бизнесмените непрекъснато ще експериментират, контролирайки повече или по-малко, и по този начин ще се поддържа равновесието. Това обуславя равновесието при статичния анализ. Очевидно динамичните фактори също са от голямо значение и изследването на ефекта от промените върху разходите за транзакции във фирмата и върху маркетинговите разходи най-общо позволява да се обясни защо фирмите се разширяват или свиват. Така получаваме теория на динамичното равновесие. Този анализ изяснява също връзката между инициативността или предприемачеството и мениджмънта. Инициативността е прогнозиране и действие чрез ценовия механизъм посредством сключването на нови договори. Мениджмънтът просто реагира на промените в цените, като преразпределя производствените фактори под неговия контрол. Това, че бизнесменът обикновено съвместява и двете функции, е очевиден резултат от маркетинговите разходи, разгледани по-горе. В заключение анализът позволява да определим по-точно какво се има предвид под "пределен продукт" на предприемача, но задълбочаването в него ще ни отклони от сравнително простата ни задача - да дефинираме и разясним понятието фирма.

⁵⁰ Пак там, с. 7.