

ЕКОНОМІЧНА ВЛАДА БІЗНЕСУ ТА МЕХАНІЗМИ ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЇ

© 2017 МІРЯСОВ Ю. О.

УДК 330.111.66

Мірясов Ю. О. Економічна влада бізнесу та механізми її реалізації

У статті розглянуто сутність та природу феномена економічної влади та похідної від неї ринкової або монопольної влади як конфлікту інтересів інституту бізнесу та господарської системи. Існуючий конфлікт цілей як прагнення прибутку з боку бізнесу і задоволення потреб господарської системи закріплюється на рівні прав власності. Основою цього конфлікту та джерелом економічної влади бізнесу виступає прихована можливість виключення, вбудована в права приватної власності, що обумовлює можливість власників «утримувати» від використання частину господарського потенціалу, яка знаходиться в їх розпорядженні, і нав'язувати на цій підставі свої умови господарській системі. До основних стратегій реалізації бізнесом економічної влади віднесено обмеження виробничих можливостей господарської системи, контроль тенденцій та напрямів її технологічного розвитку, експансія бізнесу в інші сфери суспільної діяльності, зокрема в політику, ідеологію та культуру. Визначено, що головною організаційною формою реалізації економічної влади бізнесу виступає сучасна корпорація.

Ключові слова: економічна влада, ринкова влада, бізнес, господарство, права власності, саботаж, виключення.

Рис.: 1. **Бібл.:** 12.

Мірясов Юрій Олександрович – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економічної теорії та економічних методів управління, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна (пл. Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

E-mail: miryurij@gmail.com

УДК 330.111.66

Мірясов Ю. А. Экономическая власть бизнеса и механизмы её реализации

В статье рассмотрены сущность и природа феномена экономической власти и производной от неё рыночной или монопольной власти как конфликта интересов института бизнеса и хозяйственной системы. Существующий конфликт целей между стремлением бизнеса к прибыли и удовлетворением потребностей хозяйственной системы закрепляется на уровне прав собственности. Основой этого конфликта и источником экономической власти бизнеса выступает скрытая возможность исключения, встроенная в права частной собственности, что обуславливает возможность собственников удерживать от использования часть хозяйственного потенциала, который находится в их распоряжении, и навязывать на этом основании свои условия хозяйственной системе. К основным стратегиям реализации бизнесом экономической власти отнесены ограничения производственных возможностей хозяйственной системы, контроль тенденций и направлений её технологического развития, экспансия бизнеса в другие сферы общественной деятельности, в частности в политику, идеологию и культуру. Определено, что главной организационной формой реализации экономической власти бизнеса выступает современная корпорация.

Ключевые слова: экономическая власть, рыночная власть, бизнес, хозяйство, права собственности, саботаж, исключение.

Рис.: 1. **Библ.:** 12.

Мірясов Юрій Олександрович – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економічної теорії та економічних методів управління, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна (пл. Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

E-mail: miryurij@gmail.com

UDC 330.111.66

Miriasov Iu. O. The Economic Power of Business and the Mechanisms for its Implementation

The article examines the essence and nature of the phenomenon of the economic power and its derivative the market or monopoly power as a conflict of interests of the institution of business and the economic system. The existing conflict of goals between the business's profit motive and the needs of economic system is being reinforced at the level of ownership rights. Both as the basis of this conflict and the source of economic power of business appears the hidden possibility of exclusion, embedded in private property rights, which makes it possible for owners to retain part of the economic potential in their possession and to impose their terms on the economic system on that basis. The main strategies for business as to implementing the economic power include sectoral restrictions on the productive capacity of the economic system, control of trends and directions in its technological development, expansion of business into other areas of public activities, particularly in politics, ideology, and culture. It has been defined that the main organizational form for the exercise of economic power of business is the contemporary corporation.

Keywords: economic power, market power, business, economy, property rights, sabotage, exclusion.

Fig.: 1. **Bibl.:** 12.

Miriasov Iurii O. – PhD (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economic Theory and Economic Methods of Management, V. N. Karazin Kharkiv National University (4 Svobody Square, Kharkiv, 61022, Ukraine)

E-mail: miryurij@gmail.com

Проблема економічної влади в основному корпусі сучасної економічної теорії, який прийнято називати економічним мейнстримом, є периферійною, оскільки його вихідні теоретичні передумови відштовхуються від принципів вільної конкуренції, сформульованих ще у XVIII ст. А. Смітом і надалі підтримуваних загальною неокласичною традицією від Л. Вальраса і А. Маршалла до П. Самуельсона або сучасного неонституціоналізму. Проте реальність не дозволяє повністю абстрагуватися від проблеми економічної влади: надприбутки найбільших компаній і корпорацій, які фіксують міжнародні рейтинги, процеси злиття і поглинання фірм, їх монопольний статус на окремих ринках або олігополістична конкуренція, характерна для будь-

якої економіки, роль і вплив фінансових посередників більшою мірою свідчать про «невидиму руку влади», яка підкорює собі економічну дійсність, ніж про «невидиму руку ринку». Тут реальність значно розходиться з теоретичними уявленнями про неї.

Неможливість ігнорування подібних явищ і фактів привела до включення в корпус сучасної теоретичної доктрини *концепції ринкової влади*, основні положення якої, закладені роботами О. Курно, Ж. Дюпої, отримали своє продовження в теорії недосконалих ринків Дж. Робінсона, Е. Чемберліна, А. Пігу, А. Лернера, Дж. Хікса, А. Харбергера, Ж. Тіроля, Дж. Бейна, Ф. Модільяні та інших. Паралельно неокласичній традиції альтернативні концепції, перш за все інституціоналізм і

марксизм, акцентують увагу саме на економічній владі як сутнісній характеристиці та центральному механізмі, що визначає загальні тенденції економічної системи. У першому випадку найбільш помітними віхами стали роботи Дж. Коммонса, Т. Веблена, Дж. Гелбрейта, Ф. Перру, М. Олсона, у другому – К. Маркса, Р. Гільфердинга, М. Калецькі, П. Барана, П. Суїзі та ін. Дослідницька традиція вітчизняної наукової думки, представлена роботами Т. Артёмової, А. Гальчинського, А. Гриценка, В. Дементьєва, Г. Задорожного, І. Зятківського, Т. Тюняєвої, О. Чайковського, В. Якубенка, розділяє подібний підхід, звертаючись насамперед до дослідження економічної влади як комплексного поняття в рамках вивчення функціонування й організації економічних систем.

Метою даної статті є уточнення поняття економічної влади, обґрунтування її суб'єкта та об'єкта, виявлення її причин і способів реалізації.

Як зазначалося вище, в економічних дослідженнях виділяються два аспекти влади – ринкова та економічна влада. Перша зазвичай розуміється як здатність однієї або кількох фірм впливати на обсяг виробництва і ціни, встановлюючи їх відносно автономно, створювати бар'єри доступу на ринок і отримувати стійкі прибутки, що значно перевищують прибутки конкурентів. Це вузьке або обмежене уявлення про економічну владу, яке «допущено» в сучасний аналіз ринків. Така влада безумовна, наявна і частково фіксується емпірично. Окремим її випадком виступає монополярна влада. Подібний тип влади (ринкової або монополярної) є обмеженим як просторовими, так і часовими рамками, як і будь-яка монополія. Своєю чергою, ринкова влада може розглядатися як окремий випадок економічної влади, що охоплює значно більше коло взаємодій – як ринкових, так і тих, що виходять за межі ринку. Її передумови слід шукати на рівні економічних інститутів або соціальних груп. Як і будь-яка влада, вона повинна мати суб'єктно-об'єктну форму, де суб'єкт економічної влади генерує навколо себе владний простір, в якому об'єкт змушений підкорюватись волі та інтересам суб'єкта, поступаючись власними інтересами і цілями. Представлена в такому ракурсі економічна влада може розглядатися як внутрішня системна сила або внутрішній системний механізм, що задає перебіг подій на рівні спостережуваної реальності та керує цими подіями.

У визначенні причин економічної влади, механізму реалізації, її суб'єкта та об'єкта відправною точкою може служити ідея, запропонована Т. Вебленом про протиставлення двох начал – бізнесу і промисловості, якій, як аналітичному зразку, явно або неявно наслідують сучасні економічні процеси [1; 2]. Відзначимо, що думка про протилежності двох начал і мотивів економічної поведінки присутня в роботах багатьох відомих економістів від Д. Рікардо до Дж. Кейнса. Вже Аристотель розділяв дві області економічної реальності – економіку і хрематистику, де перша розуміється їм як природна діяльність, пов'язана з виробництвом благ; друга – як мистецтво наживати багатство, неминуче виникає з першої та спрямована на отримання прибутку і накопичення грошей [3].

Розширюючи позицію Т. Веблена, визначимо основний конфлікт, який породжує економічну владу як протиріччя між інститутом бізнесу та господарською системою в цілому. Визначимо господарство як форму організації людської діяльності, пов'язаної з підтриманням умов існування і життєзабезпечення людини. Оскільки навколишній світ створює постійні виклики її існуванню, це вимагає застосування практик, спрямованих на зменшення залежності людини від оточуючих умов, приведення їх у відповідність з ідеалами, нормами і правилами, що існують в людській свідомості. Взяті в цілому індивідуальні господарські практики формують господарський механізм, результатом якого стає сукупний суспільний продукт, що має певні кількісні та якісні характеристики. В економічній інтерпретації господарство або господарська діяльність охоплює весь відтворювальний цикл, який відображається категоріями виробництва, розподілу, обміну та споживання створеного продукту; пов'язано з поняттям господарського потенціалу як максимальної можливості реалізації індивідуальних практик; втілюється в конкретних організаційних формах, частина яких пішла в минуле, а інші існують протягом усієї історії людства (сімейні підприємства, ремісничі цехи, фермерські та поміщицькі господарства, колгоспи, трудові табори, рабовласницькі плантації, кріпосні фабрики, соціалістичні підприємства, торгові товариства, корпорації). Кінцевою *метою господарства* є задоволення індивідуальних або суспільних потреб, полегшення умов існування людини і суспільства в цілому. Досягнення цієї мети передбачає накопичення та вдосконалення досвіду попередніх поколінь, його застосування шляхом розвитку господарських зв'язків, взаємодії господарських одиниць, зростання їх кооперації та інтеграції.

Одним з елементів господарської практики, що еволюціонує, може вважатися бізнес, який існує як індивідуальна активність в господарській сфері, заохочується мотивами самореалізації, пошуком статусу, престижу, максимізації особистої вигоди, критерієм яких в економічній сфері стає категорія прибутку. Тут слід зупинитися на історичних аспектах виникнення прибутку, який, як економічне явище, має свої хронологічні рамки. Прибуток відсутній в архаїчних до-ринкових суспільствах, головним завданням яких є збереження власності: власники землі, рабів та іншого майна навряд чи розраховували, що їхні активи будуть збільшуватися «самі по собі», створюючи постійний дохід. Прибуток в цей період існує скоріше як збіг чи випадковість, ніж звичайний атрибут власності. Проте, з появою грошового обігу, діяльність, спрямована на отримання прибутку існувала, хоч і в значно менших масштабах, охоплюючи в основному комерцію і лихварство. Зростання та інституціоналізація бізнесу починається із закріплення прав власності на засоби виробництва, що забезпечують безперервний і систематичний потік доходів. Саме приватна власність і набір її основних прав служать важливою передумовою реалізації бізнесом економічної влади. Для економістів все різноманіття прав власності зводиться до кількох основних: права володіння, розпорядження, присвоєння і користування. Скористаємося визначенням, запропо-

нованим С. Чангом (*S. N. S. Chueng*): «Благо, або майно, визначається як те, що перебуває у приватній власності тоді і тільки тоді, коли три відмітні ознаки пов'язані з правами на володіння ним. По-перше, виключне право користування (або рішення про користування) благом, яке може розглядатися як право на виключення інших індивідуумів з його використання. По-друге, виключне право на отримання доходу від використання речі. По-третє, повне право на передачу або вільне «відчуження» майна, яке включає право укласти контракти і обирати їх форму» [4, р. 51]. Тим самим підкреслюється, що найбільш важливою рисою приватної власності є не її використання, відчуження або отримання доходу, а можливість виключення з цих прав всіх інших. У цьому сенсі приватна власність цілком і повністю є інститутом виключення, який є підставою економічної влади. Це не означає, що виключення обов'язково повинно бути реалізовано. Важливо лише мати право на виключення і можливість скористатися ним у потрібний час.

Означена прихована можливість виключення інших, вбудована в права приватної власності, є основою економічної влади бізнесу, оскільки передбачає здатність власників «утримувати» від використання частину господарського потенціалу, який знаходиться в їх розпорядженні, і нав'язувати на цій підставі свої умови господарській системі. З посиленням ролі держави як гаранта прав власності та появою великих корпорацій виключність власності стає нормою, що охороняється законом, підтримуваною інструментами прихованого впливу і переконання у вигляді реклами та ідеології. У цьому новому порядку відбувається остаточна інституціоналізація бізнесу, яка втілюється в його сучасних організаційних формах (передусім, корпораціях); системі захисту і підтримки прав власності; способах укладення угод, ведення обліку, страхування ризиків, вирішення спорів; формуванні правил, норм і етики поведінки членів бізнес-організацій; традицій і способів передачі досвіду, професійної підготовки. Отримавши відповідне інституційне оформлення, бізнес стає поширеним і звичним видом діяльності, що керується логікою безперервного збільшення і накопичення прибутку, а господарство стає середовищем і об'єктом реалізації інтересів і економічної влади бізнесу.

Щоб з'ясувати, яким чином бізнес реалізує економічну владу, нав'язуючи господарській системі свої умови, звернемося до поняття прибутку. Загальноприйнятною є думка, що прибуток є причиною бізнесу і

критерієм його ефективності: якщо на окремих ринках або в економіці в цілому норма прибутку підвищується, як наслідок, розширюється ступінь активності бізнесу, а якщо рівень прибутку скорочується, – активність бізнесу згасає. Подібне твердження справедливо для кожного окремого випадку підприємницької діяльності. Але картину можна перевернути, якщо розглядати бізнес як інститут влади: тоді не прибуток служить причиною і критерієм ефективності бізнесу, а бізнес є причиною і критерієм прибутку. Прибуток виступає ні чим іншим, як наслідком влади, застосовуючи яку, бізнес постійно реструктурує господарську систему, реформує і підтримує умови для його отримання. З цих позицій уявляється можливим визначення основних тенденцій або стратегій реалізації бізнесом економічної влади.

Першим способом реалізації економічної влади бізнесу є контроль і обмеження сукупного господарського потенціалу – максимальних можливостей виробництва і випуску продукції (або «саботажу» в інтерпретації Т. Веблена). Прийнято вважати, що між господарським потенціалом і накопиченням існує прямий зв'язок, а отже, бізнес, контролюючи істотну частину господарського потенціалу, прагне до зростання: чим більше наявних ресурсів задіяно у виробництві, чим більше темпи його зростання, тим вище прибуток. Насправді, максимальне використання господарського потенціалу абсолютно не потрібне бізнесу, інакше його прибуток впаде до нуля. Якщо всі підприємства почнуть нарощувати обсяги випуску, прискорення інтенсивності зустрічних потоків товарів і послуг підірве налагоджені та скоординовані зв'язки в ланцюгах поставок і розподілу продукції. Буде зруйновано будь-які формальні та неформальні угоди і налагоджену співпрацю між фірмами, секторами економіки, фірмами і урядом; масове зниження цін призведе до депресії та загрози дезінтеграції господарської та політичної системи. Отже, щоб отримувати прибуток, бізнес-спільнота повинна контролювати виробничі процеси, підтримуючи випуск на рівні меншому, ніж потенційно можливий. Окремі дослідження технологічних можливостей фірм підтверджують цей висновок: переважна більшість підприємств або галузей, як правило, працюють на рівні, значно меншому, ніж їх технологічні можливості – у діапазоні 70–90% завантаження виробничих потужностей [5; 6]. Подібний зв'язок між рівнем «саботажу» бізнесом господарського потенціалу та рівнем його прибутковості може бути проілюстрований таким чином (рис. 1).



Рис. 1. «Саботаж» і рівень дохідності бізнесу

Як бачимо, прибуток неможливий без виробництва, але він також неможливий у виробництві без обмежень. Якщо використання господарського потенціалу вкрай незначне, рівень прибутковості бізнесу буде незадовільним. У разі, коли господарський потенціал задіяний повністю і господарські цілі реалізуються максимально (гіпотетична ситуація повного успішлення), сенс бізнес-діяльності також зникає, оскільки прибуток прагне до нуля. Як відзначав Т. Веблен, «такий вільний розвиток виробництва не може бути ні метою, ні засобом її досягнення; для бізнесу подібне неприпустимо» [2, р. 373]. Ідеальним для бізнесу буде той рівень використання господарського потенціалу, що забезпечує йому гарантований прибуток. Ступінь «саботажу» й обмеження господарських можливостей (і, як наслідок, виробництва і випуску продукції), яка дає бажаний рівень прибутковості, позначена як зона «ефективного саботажу». Іншими словами, заради прибутку бізнес «дозволяє» господарству функціонувати, але тільки не в повну силу. У такому контексті макроекономічні показники товарно-матеріальних або складських запасів, або «природна» норма безробіття стають нічим іншим, як свідченням економічної влади бізнесу, його здатності «утримати» від використання частину економічних ресурсів, конвертуючи подібний «саботаж» у бажаний рівень прибутковості.

Іншим способом реалізації економічної влади бізнесу може вважатися контроль над технологічними тенденціями господарського розвитку, їх обмеження та нав'язування господарству неефективних методів виробництва заради збереження прибутку. На перший погляд, така трактовка може здаватися спірною: загальноприйнятим вважається прагнення фірм в умовах конкуренції до зниження витрат і впровадження нових, прогресивних технологій, і така тенденція існує в довгостроковій перспективі. Однак, якщо розглядати технологічну ефективність не з точки зору окремих фірм, а з позиції інтересу бізнесу як інституту влади, тут немає суперечності. Кардинальні інновації породжують загальне збурення господарської системи і неминуче ведуть до переформатування всієї структури бізнес-в'язків. Отже, поки не накопичена критична маса інновацій та існує можливість підтримки статус-кво в розподілі прибутку між існуючими бізнес-структурами, бізнес як інститут не зацікавлений в їх застосуванні. Це підтверджується безліччю історичних прикладів, коли, здавалося б, перспективні розробки не знаходили свого застосування, а замість ефективних технологій впроваджувалися їх менш ефективні аналоги. Класичним може служити винахід Н. Тесло, одним з перших лауреатів Нобелівської премії, способу бездротової передачі електричного струму. У 1898 р. Г. Морган, який фінансував дослідження, ознайомившись з його установкою, розпорядився знищити все обладнання, зрозумівши, що коли їм дати дорогу, то органічне паливо людству більше не буде потрібно. Аналогічні випадки пов'язані з винаходом дешевого пального португальця Андреса в 1917 р, доступного і дешевого способу лікування раку італійським лікарем Т. Сімончіні в 1983 р і т. п. До кінця невідомо,

скільки в цих фактах правди, а скільки конспірології. Але існує маса інших прикладів. Зокрема – електромобілі, що були розроблені значно раніше їх бензинових аналогів. Проте перший промисловий зразок – електромобіль EV-1 компанії GMC, створений тільки в 1997 р., випускався протягом двох років, після чого, незважаючи на зростаючий попит і без пояснення причин, компанія припинила його випуск, знищивши всі наявні зразки. Як вважається, основним мотивом стало побоювання втрати прибутків нафтодобувними, автомобільними та іншими зацікавленими корпораціями. Схожа ситуація була пов'язана із застосуванням різних цифрових стандартів. Впровадження революційного аудіостандарту DCC фірми Philips у кінці 1990-х рр. відкладалося кілька років, оскільки Philips і фірми звукозапису не могли домовитися про розподіл прибутків. У результаті сам стандарт запису застарів. А в суперечці відеостандартів Betamax і VHS другий, гірший за якість, зайняв основне місце на відеоринку. У новій інституційній економіці подібні ситуації, що відображають застосування неефективних з точки зору господарства технологій, отримали назву «QWERTY-ефекту» або «ефекту блокування» [7] і служать прикладами загальної інституційної неефективності в рамках концепції Path Dependensy, яка розповсюджує «залежність від попереднього шляху» на більш широкий клас явищ – економічні інститути, або норми, правили і обмежувальні рамки, яким підпорядковується економічна взаємодія. З цих позицій, якщо ми вводимо в область аналізу фактор економічної влади, з точки зору технологічної ефективності інститут бізнесу стає контрпродуктивним. Слід зазначити і те, що в рамках бізнесу конкурують не технології, а організації, які їх застосовують. Якщо зі 100 найбільших винаходів XX століття, освоєних великими корпораціями, авторство не менше 80 з них належить малим фірмам і геніям-одинакам, то освоюються вони саме великими компаніями.

На те, що технологічна ефективність (зменшення витрат ресурсів) часто приноситься в жертву економічній ефективності (максимізації прибутку), вказує також поширений у сучасному бізнесі метод «прискореного старіння». Його точно описує фраза «якісний товар, якому немає зносу, – це трагедія для бізнесу». Вперше подібний метод був застосований у 1920 р., коли «Phoebus cartel», що об'єднував провідних виробників електротехніки (Osram, Philips, AEI, General Electric, Tungstam), прийняв рішення про заміну в звичайній лампі розжарювання вуглецевих ниток з необмеженим терміном служби на вольфрамові. Скоротивши таким чином термін служби лампи до 1000 годин, компанії домоглися зростання торгового обороту і виручки. Подобиці цієї угоди відкрилися через десятиліття завдяки урядовим і журналістським розслідуванням. Прибуток виявився важливішим за якість і у випадку зі надмірним нейлоном, який можна було використовувати для буксирування автомобілів, розробленим фірмою «Du Pont». Усвідомивши, що виведення такого товару на ринок призведе до втрати прибутку, фірма незабаром змінила його склад, і вироби з нього стали менш довговічними. Тим самим шляхом збільшення товарообігу

продукції за рахунок зниження її якості та довговічності слідує багато сучасних виробників одягу, побутової техніки [8].

Ше одним способом реалізації економічної влади бізнесу є його експансія у сфері господарського та суспільного життя, в яких прибуток раніше не був головним мотивом. Відзначимо тут два моменти. *По-перше*, принципи лібералізації економіки дозволяють входити бізнесу в галузі, пов'язані з виробництвом суспільних благ – охорона здоров'я, освіта, громадський транспорт і т. ін. Тут, однак, існують значні коливання активності бізнесу, як часові, так і просторові, що обумовлено вибором моделі взаємодії бізнесу і держави, національними особливостями культурно-історичного розвитку, поточними вимогами економічної політики. *По-друге*, глобалізація економічного простору, наслідком якої стає уніфікація господарських систем, і зростаюча інформатизація дозволяють впливати на все суспільство, формуючи новий феномен культури, в яку, крім цінностей та ідеалів, включається в широкому сенсі стиль життя людей і соціальних груп. Комерціалізація культури веде до того, що закони бізнесу стають визначальними для багатьох сфер суспільства, а сама культура набуває форму товару, створюваного для продажу й отримання прибутку. Прагнення до прибутку вимагає стандартизації, масовості, або, іншими словами, формування масової аудиторії як єдиного суб'єкта із загальною системою цінностей. Інформаційною основою створення масової аудиторії стає медіаекономіка, яка виробляє і поширює інформацію, включаючи в себе мовну індустрію (ТБ і радіо); кіноіндустрію та її сучасні носії (відео, DVD, цифрові носії); музичну індустрію; інтернет-індустрію; друковану індустрію; комп'ютерну індустрію, соціальні мережі та відеоігри [9]. Вона, своєю чергою, притягує до себе сфери суспільного життя, які раніше майже не мали спільних точок дотику, наприклад спорт, релігію, моду, інші форми дозвілля, які в режимі реального часу розважають масову аудиторію і формують нові тенденції споживання. Це дозволяє збільшити зону застосування економічної влади бізнесу та його можливості по вилученню прибутку.

Економічна влада бізнесу передбачає наявність організаційних форм, що дозволяють контролювати господарські процеси та розширювати зону свого впливу. Такі організаційні форми у вигляді корпорацій і асоційованих бізнес-структур формуються з кінця ХІХ століття. Стандартний погляд на корпорацію виходить з того, що «великомасштабне виробництво технічно ефективно, і велика корпорація є вигідним способом для інвесторів об'єднати непереборні ризики ділового життя. Без корпоративного обмеження відповідальності ринкова економіка просто не може пожинати вигоди, які виникають, коли капітал великих розмірів повинен бути задіяний заради того, щоб велике підприємство було ефективним» [10, с. 453]. Однак якщо вийти за рамки виробничої логіки і підійти до корпорації з точки зору влади, корпорація постає не як виробнича одиниця, а як форма організації бізнесу, причини виникнення та безперервного успіху якої виходять за межі економії

від масштабу й охоплення ринку. Історичний досвід знає чимало прикладів, коли технологічна ефективність, підпорядкована економічній ефективності, була наслідком контролю і влади. Ще римляни зганяли рабів на цегляні та керамічні фабрики, продуктивність праці на яких була значно нижчою. Аналогічно англійські промисловці впроваджували фабричну систему задовго до появи прядильних машин, при тому, що праця робітників в котеджних селищах був не меншою, а часто і більш продуктивною, ніж на фабриках. У середні віки європейські феодала забороняли ручний помел у приватних господарствах, зобов'язуючи селян користуватися рідкісними водяними млинами; американські плантатори у ХІХ ст. нав'язували кредитну систему дрібним фермерам, а сталінська колективізація об'єднала безліч приватних господарств в єдине колективне господарство. Метою такої централізації, як стверджується, був не технологічний прогрес, а можливість максимального вилучення надлишків, заснована на «контролі та влади» [11]. Чим більше господарська одиниця, тим простіше через неї контролювати господарство і вилучати прибуток, яку воно генерує. Тоді можна припустити, що зростання і домінування великих корпорацій пояснюються не тільки віддачею від масштабу, а й прагненням бізнесу контролювати господарство через невелику кількість великих господарських одиниць на тих чи інших ринках.

ВИСНОВКИ

Ринкова, або монопольна, влада є досить чітким і емпірично визначеним поняттям в економічній науці. Існує цілий ряд критеріїв і показників її вимірювання, як-то: коефіцієнт концентрації ринків, індекс концентрації Герфіндаля, індекси ринкової влади Лернера, Бейна та їх численні модифікації. Разом з тим, ринкову владу можна розглядати як конкретне втілення або окремий випадок економічної влади, що охоплює більш широкий спектр взаємодій – як ринкових, так і тих, що виходять за межі ринку, основи якої слід шукати на інституціональному рівні. Її передумовою служить прихована можливість виключення, вбудована в права приватної власності: законним правом власника є в тому числі і право «утримання» власності від використання. З точки зору окремого власника таке її застосування буде непродуктивним. Однак картина змінюється, якщо розглядати бізнес-спільноту в цілому, як інститут, кінцева мета якого – отримання прибутку від бізнес-операцій. Володіючи правом утримання власності, бізнес може контролювати господарську систему та підтримувати бажаний рівень прибутковості шляхом «регулювання» рівня господарського потенціалу, обмеження тенденцій технологічного розвитку або поширюючи зону свого впливу на нові сфери суспільного життя. З цієї позиції інститут бізнесу, який є елементом і частиною господарської системи, виступає суб'єктом економічної влади, а господарство – середовищем і об'єктом її реалізації. Це, однак, не означає, що бізнес завжди є контрпродуктивним. У тих галузях і сферах економіки, де прагнення бізнесу до прибутку супроводжується збільшенням виробництва благ, що мають реальну споживчу корисність,

або створенням абсолютно нових товарів, виникає свого роду *резонанс* інтересів бізнесу і господарства, бізнес стає двигуном промисловості. Найбільш резонансними можуть вважатися бізнес-інновації, наслідком яких стає поява нових технологічних і товарних рішень, що, поширюючись по всій господарській системі, стимулюють зростання господарської активності та прибутку в інших галузях. Однак дисонанс, або контрпродуктивність бізнесу, стає очевидною, коли прагнення до отримання прибутку та накопичення йде врозріз із загальною господарською тенденцією максимально повного задоволення суспільних потреб. Безпосередньо економічна влада бізнесу може бути необмеженою до тих пір, поки не зіткнеться з іншим інститутом, що володіє не меншою владою. Але навіть у цьому випадку не існує причин для її ефективного обмеження, оскільки будь-які суспільні інститути «не обов'язково створюються для того, щоб бути соціально ефективними. Інститути, або, принаймні, формальні правила, створюються скоріше для того, щоб служити інтересам тих, хто займає позиції, що дозволяють впливати на формування нових правил» [12, с. 33]. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. **Веблен Т.** Теория делового предприятия. М.: Дело, 2007. 288 с.
2. **Veblen T.** Absentee Ownership. Transaction Publishers. London, 1997. 445 p.
3. **Аристотель.** Политика // Аристотель. Сочинения: в четырех томах. Т. 4. М.: Мысль, 1997. С. 376–644.
4. **Chuang S. N. S.** The Myth of the Social Costs. IEA, London. 1978. 94 p.
5. **Blair J. M.** Economic Concentration: Structure, Behavior and Public Policy. New York: Harcourt, Brace Jovanovich, 1972. 742 p.
6. **Foster J. B.** The Theory of Monopoly Capitalism: An Elaboration of Marxian Political Economy. New York: Monthly Review Press, 2014. Ch. 5. 320 p.
7. **David P. A.** Clio and the Economics of QWERTY. *American Economic Review*. 1985. Vol. 75. Issue 2. P. 332–337.
8. **Slade G.** Made to Break: Technology and Obsolescence in America. Cambridge, Mass: Harvard University Press, 2007. 336 p.
9. **Вартанова Е. Л.** Медиаэкономика зарубежных стран. М.: Аспект-Пресс, 2003. 335 с.
10. **Самуэльсон П., Нордхаус В.** Экономика/пер. с англ. М.: ИД «Вильямс», 2012. 1360 с.
11. **Marglin S. A.** What Do Bosses Do? The Origins and Functions of Hierarchy in Capitalist Production. *The Review of Radical Political Economics*. 1974. No. 6. P. 60–112.
12. **Норт Д.** Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. М.: Начала, 1997. 180 с.

REFERENCES

- Aristotel. "Politika" [Policy]. In *Sochineniya*, vol. 4, 376-644. Moscow: Mysl, 1997.
- Blair, J. M. *Economic Concentration: Structure, Behavior and Public Policy*. New York: Harcourt, Brace Jovanovich, 1972.
- Chuang, S. N. S. *The Myth of the Social Costs*. London: IEA, 1978.
- David, P. A. "Clio and the Economics of QWERTY". *American Economic Review*. Vol. 75, no. 2 (1985): 332-337.
- Foster, J. B. *The Theory of Monopoly Capitalism: An Elaboration of Marxian Political Economy*. New York: Monthly Review Press, 2014.
- Marglin, S. A. "What Do Bosses Do? The Origins and Functions of Hierarchy in Capitalist Production". *The Review of Radical Political Economics*, no. 6 (1974): 60-112.
- Nort, D. *Instituty, institutsionalnyye izmeneniya i funktsionirovaniye ekonomiki* [Institutions, institutional changes and the functioning of the economy]. Moscow: Nachala, 1997.
- Slade, G. *Made to Break: Technology and Obsolescence in America*. Cambridge, Mass: Harvard University Press, 2007.
- Samuelson, P., and Nordkhaus, V. *Ekonomika* [Economy]. Moscow: Vilyams, 2012.
- Vartanova, Ye. L. *Mediaekonomika zarubezhnykh stran* [Media economics of foreign countries]. Moscow: Aspekt-Press, 2003.
- Veblen, T. *Absentee Ownership*. London: Transaction Publishers, 1997.
- Veblen, T. *Teoriya delovogo predpriyatiya* [Theory of a business enterprise]. Moscow: Delo, 2007.