

Kapitola **Coasova teorie firmy**

úsek

text

datum

Shrnutí
odstavce

R.H.Coase dostal v roce 1991 tzv. Nobelovu cenu za ekonomii za zavedení transakčních nákladů do ekonomické teorie. Ukázal, že pokud pokládáme transakční náklady (TN) za nulové, neumíme vysvětlit mnoho zásadních věcí, které lze v ekonomii pozorovat. Zvláště záhadný je fakt, že uvnitř firem se postupuje nikoli podle tržních regulací, ale řízeným plánováním.

Podívejme se na jednu námitku, kterou proti Coasově pojetí uvádějí odpůrci 'TN'. "TN nic nevysvětlují, protože lze tento pojem kdykoli rozšířit tak, aby po svém rozšíření 'objasnil', proč něco nějak je. A něco, co vysvětluje vše, nevysvětluje nic."

Zkusme se na problém TN podívat z hlediska AA. AA musí pracovat s netříděnými seznamy, a to způsobuje, že s prodlužováním seznamu extrémně narůstá doba prohledávání (úměrné funkci $\dots n$). Z toho přímo vyplývá, že pro všechny účastníky ekonomických aktivit je neúměrné rozšiřování seznamu subjektů 'na hřišti' závažnou překážkou.

Příklad Zeleninové tržiště

Pokud ke zjištění ceny na trhu je třeba enormního úsilí, jedná se o vysoký transakční náklad. Typickým příkladem je zeleninové tržiště: přijdu na tržiště, kde je řekněme 40 stánků, z nich každý má sortiment 10 druhů zboží. Když chci sám najít nejvýhodnější cenu, musím obejít tyto stánky, zapamatovat si kde byla která cena, porovnat rovněž kvalitu, a na závěr jít k tomu optimálnímu stánku. Ve chvíli, kdy by stánků bylo např. 400, už je tato operace neefektivní. Budu si počínat heuristicky - tedy obejdu zase odhadem 40 stánků, a vyberu, stejně, jako u prvního tržiště. Pak začne být výhodné nějak stánky rozeskupovat po 40 - třeba Hala A, Hala B,...Hala J. Časem si zvyknu nakupovat třeba v hale F. Jednotlivé haly se začnou vůči sobě chovat jako konkurence, získají charakter firmy. Možná dojde i k tomu, že se začnou vnitřně organizovat, dávat pravidla pro obchodování v Hale F, apod.

Charakter funkce narůstání času k prohledávání netříděného seznamu s jeho prodlužováním stačí zdůvodnit většinu TN. Samozřejmě tu vedle nich zbudou i další náklady, jako zajištění práv při převodu vlastnictví, překonávání osobní nechuťi něco měnit apod., ovšem žádný z těchto dalších nákladů nemá tendenci dramaticky narůstat, jako prohledávání dlouhého seznamu.

Proto si trůufám tvrdit, že stačí přijmout do Coasových úvah:

- a) přibližně konstantní náklady z převodu vlastnictví mezi dvěma subjekty.
- b) dramaticky narůstající náklady při zvětšování počtu účastníků možné směny.

Uvědomme si, že při dobře míněné snaze netříděný seznam strukturovat narazíme na nutnost porovnávat cenu a kvalitu několika produktů a vybrat si optimum. To ovšem nemusí být jasné ani u pouhých dvou porovnávaných produktů. Třeba dva televizory:

Televizor A má 20 parametrů

Televizor B má 18 parametrů

A je lepší v 9 parametrech než B

B je lepší v 9 parametrech než A

B je mírně levnější než A

Který je optimální?

A nyní co když do porovnávání vstoupí 60 televizorů?

Počet porovnávaných dvojic je teď $(60 | 2) = 1770$.

Pokud by prozkoumání každého parametru TV zabralo 10", zabere posouzení jedné operace cca 4'. Posouzení celého seznamu pak $7080' = 118$ hodin. Výsledkem každého porovnání bude nějaké číslo - užitková funkce.

Strávili jsme 118 hodin porovnáváním (připusťme, že zákazník tím tráví 4 hodiny denně, tedy skončí za 29,5 dne). Při rychlosti uvádění nových modelů výrobci na trh 1 x ročně přibude za dobu vyhodnocování 5 nových modelů a jiných 5 bude staženo z prodeje.

Abychom neudělali chybný výběr, musíme vyřadit $(60 | 2) - (55 | 2)$ dvojic = 285 dvojic, a zařadit a porovnat jiných 285 dvojic.

Řekněme, že nalezení neaktuální dvojice zabere 2'. Pak vyřazováním a zařazováním strávíme dalších $1710' = 28,5$ hodin = 7 dní.

V této době přibude ještě jeden model a jiný vypadne.

Zaokrouhleně tedy pro porovnání 60 TV jedním člověkem potrvá 37 dní. Pokud má TV životnost 10 let. Pak zákazník stráví ročně vybíráním TV 3,7 dne.

Není obtížné si představit, že podobným způsobem potřebuje koupit ledničku, myčku, mobil, mixer, počítač, tiskárnu, vysavač, kufr, zájezd do zahraničí, auto, kolo, lyže, hodinky, atp. a připusťme pro jednoduchost, že mají rovněž životnost 10 let.

Ve chvíli, kdy počet potřebných věcí překročí 100, je ročně třeba věnovat vybírání již 370 dní po 4 hodinách porovnáváním seznamů. Náš zákazník už nemá na nic jiného v životě čas. Denně spí 8 hodin, 4 hodiny porovná, 9 hodin pracuje, 1,5 hodiny cestuje a 1,5 hodiny jí. Mimo dovolenou se nemůže věnovat rodině, zdraví, přátelům, radostem ze života.

Tady vysvítá omezení jak na straně zákazníka, tak na straně producenta.

Vsuvka

Při stanovování ceny nového produktu, který není podobný žádnému již existujícímu, dochází u nabízejícího k prvnímu kroku.

Ten po něm provádějí všichni, kteří o jeho pořízení uvažují.

Na orientálních trzích se k výsledné ceně dopracovávají smlouváním. Náš trh to řeší vyladěním cenového rozpětí pro všechny potenciální kupce.

Tedy, když vidíš produkt, jeho kvalitu a cenu, porovnááš jej mimoděk s podobnými produkty a ptáš se: "Je to drahé, nebo výhodné?"

A současně se zajímáš, jak to vyhodnotili ostatní. Pokud všichni říkají "Je to drahé", nekoupíš to, a na obchodníkovu otázku říkáš "Je to drahé". Obvykle pak jde cena dolů.

Orientální metoda je vhodnější pro jednorázové obchody typu dům, obraz, evropská spíše pro něco, co AA umožňuje lépe opakovat v přesnějším očekávání.

Závěr **Jak teorie firmy, tak většina námětu o transakčních nákladech lze vysvětlit v antecepční teorii zkoumáním doby nutné k prohledávání seznamů. Pro krátké seznamy lze zanedbat, ale od určité délky seznamu začíná hrát čím dál větší roli, až si vynutí řešení.**