

ФИРМА В ТЕОРИИ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ

Почекутова Е.Н., Институт экономики, управления и
природопользования
Сибирского федерального университета

Отличие фирмы от других экономических субъектов

- представляет собой достаточно крупную и организационно оформленную единицу;
- является самостоятельным юридически независимым экономическим агентом;
- выполняет особую функцию в экономике: покупает ресурсов с целью производства товаров и услуг, является особым инструментом распределения ресурсов в экономике между альтернативными возможностями их использования;
- существование и рост фирмы обеспечивается за счет разницы между совокупной выручкой и совокупными издержками – прибыли. Прибыль всегда присутствует в деятельности фирмы – либо как главная цель, либо как один из значимых критериев ее поведения, в соответствии со стратегией развития фирмы/организации.

Технологическая концепция фирмы

Минимальные издержки на единицу продукции обеспечиваются **минимально эффективным выпуском (МЭВ)**.

Горизонтальная граница понимается двояко:

- объем выпуска одного продукта;
- товарное многообразие.

Технологическая концепция фирмы

Горизонтальный размер фирмы определяется
положительным эффектом масштаба: субаддитивностью

издержек

$$\sum_{i=1}^n TC(q_i) > TC\left(\sum_{i=1}^n q_i\right)$$

Вертикальный размер фирмы

$$TC(q_1; 0) + TC(0; q_2) > TC(q_1; q_2)$$

Контрактная концепция фирмы

Фирма представляет собой совокупность отношений между работниками, менеджерами и собственниками. Эти отношения выражаются формальными договорами – контрактами.

Правила поведения, нерегулируемые договорами, – неформальные контракты.

Внешние контракты – трансакционные издержки.
Внутренние контракты – издержки контроля.

Контрактная концепция фирмы

Трансакционные издержки особенно высоки по сравнению с издержками контроля, когда существуют возможности и стимулы для оппортунистического поведения:

- производство уникального товара;
- динамический рынок с неопределенным спросом и непредсказуемым движением цен;
- асимметрия информации на рынке.



Стратегическая концепция фирмы

Стратегия – сознательное и целенаправленное поведение фирмы в краткосрочном и долгосрочном периодах.

Формирование стратегии учитывает поведение других экономических субъектов: конкурентов, правительства, потребительские предпочтения.

Параметры стратегии – цена, качество товаров и услуг, закупка ресурсов, наем персонала, выпуск ценных бумаг, финансовые отношения с поставщиками и заказчиками.



Классификация внутренних структур фирмы

- виды фирм по размеру;
- виды фирм по форме собственности;
- виды фирм по организационно-правовой форме;
- виды фирм по внутренней структуре управления
- цели фирм.

Виды фирм по размеру

- микропредприятия – среднегодовая численность до 15 человек;
- малые – среднегодовая численность до 100 человек;
- средние – среднегодовая численность от 101 до 250 человек;
- крупные – среднегодовая численность превышает 250 человек.

24 июля 2007 года N 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»



Виды фирм по форме собственности

- частные;
- государственные;
- смешанная форма собственности.



Виды фирм по организационно-правовой форме

- индивидуальное (семейное) предприятие;
- товарищество;
- корпорация (акционерное общество).



Виды фирм по внутренней структуре управления

Форма управления (организационная структура) фирмой:

- линейная;
- функциональная;
- штабная (линейно-функциональная);
- многодивизиональная;
- матричная;
- ХОЛДИНГ.

Цели фирм

- индивидуального собственника;
- управляющих (менеджеров);
- работников фирмы: модель самоуправляющегося предприятия.

Цели индивидуального собственника

Максимизация полезности при выборе между прибылью (денежным доходом и временем досуга)

$$U = f(\pi; L_s)$$

$$\frac{d\pi}{dL_s} < 0;$$

$$\frac{d^2\pi}{dL_s^2} < 0;$$

Цели управляющих менеджеров

Максимизация прибыли: $MR=MC>0$ (1)

Максимизация общей выручки: $MR=0$ (2)

Так как $dMR/dq < 0$, то $q_1 < q_2$

Снижение объема продаж имеет ряд негативных последствий:

- эффект снежного кома;
- снижение привлекательности в глазах инвесторов;
- потеря каналов сбыта;
- снижение рыночной власти. Вследствие сокращения доли рынка.

Цели управляющих менеджеров

Максимизация прибыли и суммы административных издержек

$$U = f(\pi; Exp)$$

$$\frac{d\pi}{dE} < 0;$$

$$\frac{d^2U}{dE^2} < 0;$$

$$\frac{d^2U}{d\pi^2} < 0;$$

Цели работников фирмы: модель самоуправляющегося предприятия

Максимизация дохода на
одного занятого

$$\text{Доход одного работника} = \frac{Pq - rK}{L}$$

$$P * MPL = \frac{Pq - rK}{L}$$