

# ЭКОНОМИКА. ТЕОРИЯ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ

---

Презентацию подготовил:  
студент группы САД-151  
Бурлаков Д.С  
Проверил: к.т.н., доцент  
Лушников Н.А

# Теория отраслевых рынков

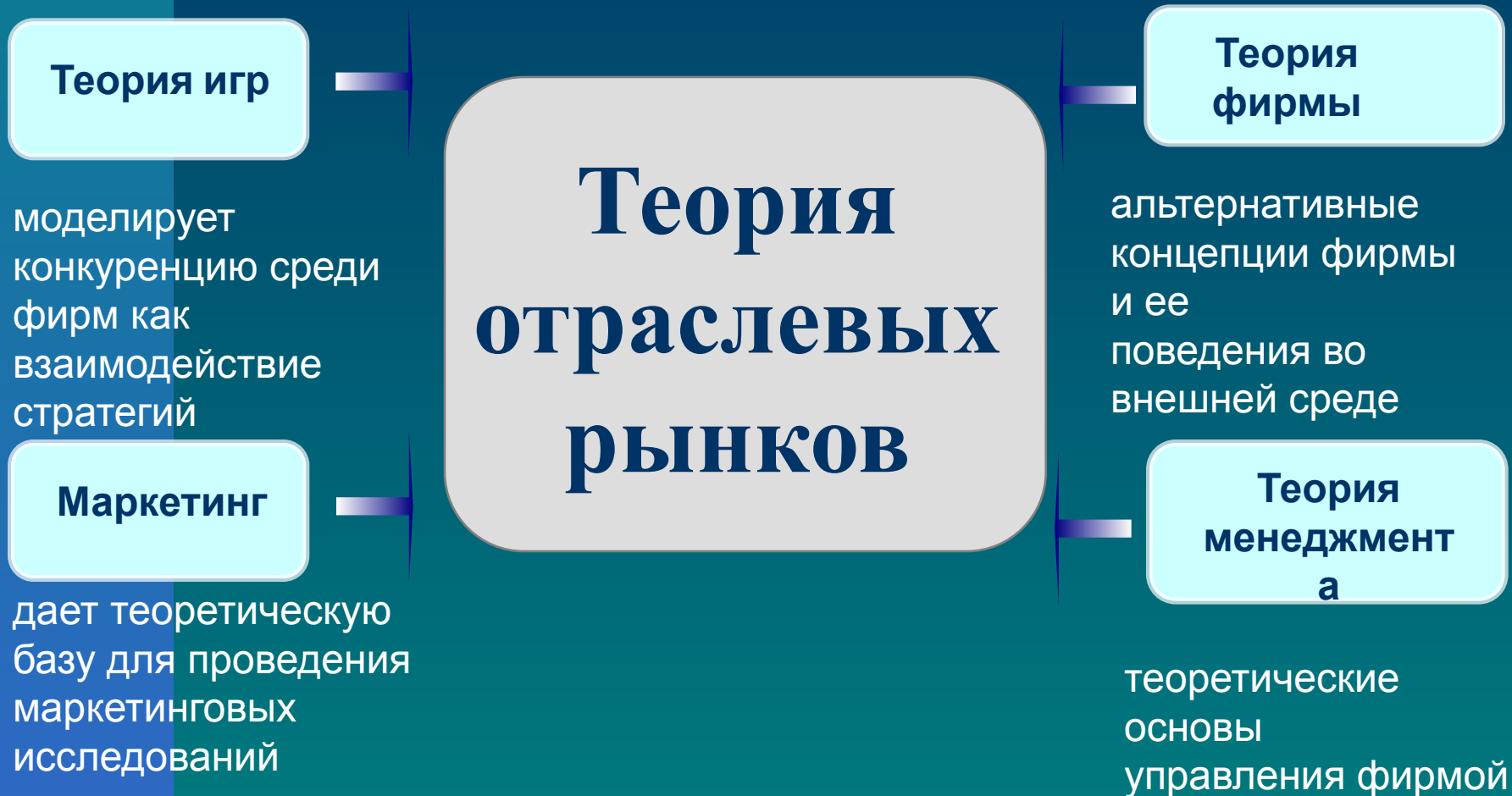
---

наука о способах формирования, видах и экономических последствиях функционирования рыночных структур.

Взаимодействие фирм (внутриотраслевое и межотраслевое):

- поведение доминирующей фирмы;
- способы динамического ценообразования;
- вопросы вертикальной интеграции.

# Взаимосвязь с другими науками



# ФИРМА В ТЕОРИИ ОРГАНИЗАЦИИ РЫНКОВ

---

- Что такое рынок?
- Из чего складываются отношения в рамках той или иной рыночной структуры?
- Каким образом осуществляется переход от одной структуры к другой?
- Чем вызывается смена ориентиров динамики рынков?

# Фирма как один из основных институтов современной экономической системы

---

Субъект экономической деятельности, осуществляющий свои функции во внешней экономической среде

- Потребители
- Поставщики
- Государство
- Конкуренты
- Природные условия
- Общество в целом

# Отличительные особенности фирмы

---

- представляет собой достаточно крупную и организационно оформленную единицу;
- является самостоятельным юридически независимым экономическим агентом;
- выполняет особую функцию в экономике: покупает ресурсы с целью производства товаров и услуг;
- служит 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.

# Основные концепции фирмы

---

- *Технологическая концепция фирмы*
- *Контрактная концепция фирмы*
- *Стратегическая концепция фирмы*

# *Технологическая концепция фирмы*

---

фирма - структура, оптимизирующая  
издержки при данном выпуске;

минимальные издержки на единицу  
продукции достигаются при  
минимально эффективном выпуске

# *Технологическая концепция фирмы*



однопродуктовые

многопродуктовые



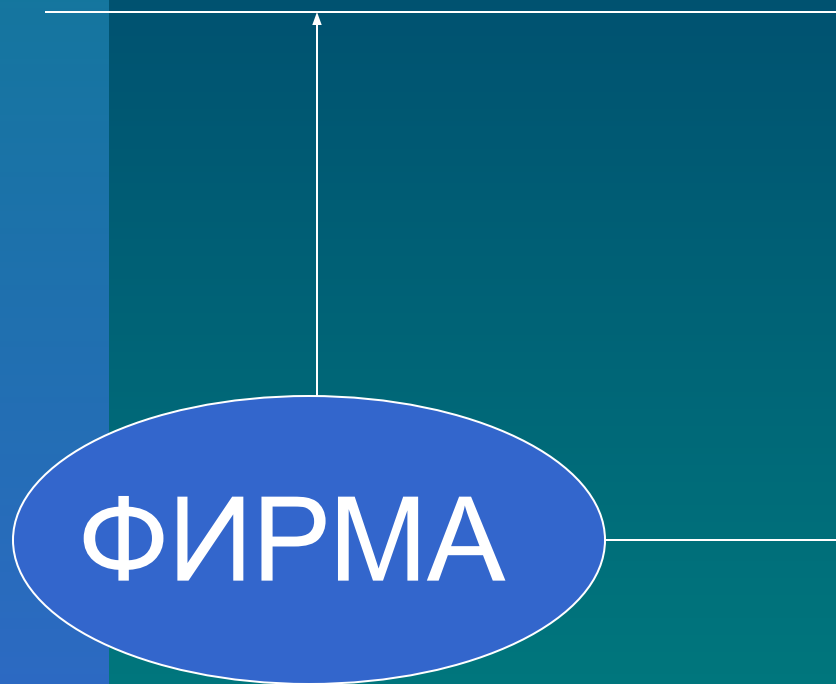
однозаводские

многозаводские

# Горизонтальные и вертикальные границы фирмы

Объемы выпуска

Товарное многообразие



Возможности  
использования  
нескольких этапов  
переработки

# Горизонтальный размер фирмы

---

Субаддитивные издержки - если они меньше при совместном выпуске нескольких товаров, чем при их отдельном производстве в рамках различных фирм:

$$\Sigma TC(q_i) > TC(\Sigma q_i)$$

$\Sigma TC(q_i)$  - совокупные издержки при суммировании выпуска нескольких товаров в рамках отдельных производств;

$TC(\Sigma q_i)$  - совокупные издержки совместного выпуска тех же товаров.

# Положительные эффекты

- **Производство одного товара** - простой положительный эффект масштаба - сокращение средних издержек выпуска товара при увеличении его количества;

$$Q \uparrow \rightarrow ATC \downarrow$$

- **Производство нескольких товаров** - положительный эффект разнообразия - сокращение средних издержек производства одного товарного вида при увеличении количества товарных марок, выпускаемых в рамках одной фирмы.

$$i \uparrow \rightarrow ATC \downarrow$$

# Вертикальные границы фирмы

Покупать или производить продукты последовательных стадий переработки?

$ТС(q_1, 0) + ТС(0, q_2) < ТС(q_1, q_2) \rightarrow$  покупка

$ТС(q_1, 0) + ТС(0, q_2) > ТС(q_1, q_2) \rightarrow$  ВИС

$q_1$  и  $q_2$  - продукты последовательных стадий переработки

# Контрактная концепция фирмы

Фирма – совокупность контрактов

ВНУТРЕННИЕ



ВНЕШНИЕ



# Внутренние контракты

---

Издержки контроля (ИК):

- расходы на мониторинг выполнения внутренних контрактов
- потери в результате недолжного выполнения контрактов.

# Внешние контракты

---

Трансакционные издержки (ТИ) - затраты на совершение деловых операций:

- денежная оценка времени на поиск делового партнера,
- на ведение переговоров,
- заключение контракта,
- обеспечение соответствующего выполнения контракта.

# Рынок и фирма в контрактной концепции

---

- Рынок - сеть внешних контрактов
- Фирма - сеть внутренних контрактов

Выбор зависит от соотношения издержек:

$TI > IK$  – товар производится фирмой

$TI < IK$  – товар производится рынком

# Товар производится фирмой

---

Если

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

# Зачем нужны внешние контракты?

↑ ТИ → Ограничение сферы  
деятельности рынка



↑ Крупных фирм  
Развитие внутренних контрактов



↑ Численности работающих



Результат фирмы = труд множества



Разрушается связь «труд-результат»  
(эффект «безбилетника»)



↑ ИК

# Границы фирмы в рамках контрактного подхода

---

Издержки контроля  
(максимальный размер фирмы)



**ФИРМА**



Трансакционные издержки  
(минимальный размер фирмы)

# Организационные формы фирмы

- U-форма (unitary)  
ИК min, ТИ max



- М-форма (multiproduct)



# Стратегическая концепция фирмы

---

- Технологическая и контрактная концепции: Фирма - пассивная структура экономики (реагирует на окружающую экономическую среду, например, на технологию или контрактные отношения, господствующие в отрасли)
- Стратегическая: Фирма – активный субъект. Стратегия - сознательное, целенаправленное поведение фирмы и в краткосрочном, и в долгосрочном периодах

# Формирование стратегии

---

- Фирма учитывает поведение других экономических агентов, в первую очередь поведение своих конкурентов, а также спрос и действия правительства.
- Фирма активно воздействует на спрос, формируя потребительские предпочтения.
- Фирма воздействует на правительство, добиваясь желаемого регулирования налогообложения, таможенных пошлин и квот, выделения субсидий, принятия антимонопольных законов и исключений из них.
- Фирма - активный участник формирования отраслевой, микроэкономической, а зачастую и макроэкономической политики государства.

# Параметры поведения фирмы

---

- цена, качество и количество выпускаемого товара,
  - закупки ресурсов,
  - наем персонала,
  - выпуск ценных бумаг,
  - финансовые отношения с поставщиками и заказчиками
- факторы стратегического поведения фирм