

ТЕМА 9

ОСНОВЫ ТЕОРИИ ФИРМЫ (ПРЕДПРИЯТИЯ, ОРГАНИЗАЦИИ)

1. **Фирма в рыночной экономике**
2. **Фирма в условиях совершенной конкуренции**
3. **Фирма в условиях рынка чистой монополии**
4. **Фирма на олигополистическом рынке**
5. **Фирма на рынке монополистической конкуренции**

1. ФИРМА В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Фирма – один из основных субъектов современной экономики наряду с государством и домохозяйствами. Появление и широкое распространение фирм относится ко времени первоначального накопления капитала. Именно в этот период возникли многие индивидуальные фирмы, ставшие впоследствии основой фабричного производства и организационной формой предпринимательства. Первоначально *фирма* (от итал. *firma* – подпись) означала торговое имя бизнесмена. Сегодня этим термином обозначают *институт* преобразующий ресурсы в продукцию. Наряду с понятием фирмы существуют понятия *предприятия* и *организации*, и они не тождественны. Обычно предприятием называют производственную организацию, осуществляющую с технологической точки зрения достаточно однородную деятельность (выпуск товара, оказание услуг). Фирма обычно занимается различными видами деятельности, совершенно не связанными между собой (производственная, торговая, финансовая), и производит разнородную продукцию. В Гражданском кодексе РФ употребляются все три термина. В данном контексте лекции понятия *фирмы*, *предприятия* и *организации* употребляются как синонимы.

В экономике под фирмой понимают определенную организацию, экономический и правовой субъект, эффективно занимающийся производством экономических благ

Экономические принципы деятельности фирмы (предприятия) включают:

- абсолютная или относительная предпринимательская самостоятельность
- самокупаемость
- самофинансирование
- материальная заинтересованность
- экономическая ответственность

К основным функциям фирмы (предприятия) относятся:

- изготовление продукции производственного и личного потребления
- продажа и поставка продукции потребителю
- послепродажное обслуживание продукции
- материально-техническое обеспечение производства
- управление и организация труда персонала на предприятии
- всестороннее развитие и рост объемов производства
- предпринимательство
- уплата налогов и платежей в бюджет и внебюджетные фонды
- соблюдение действующих стандартов, государственных законов

Цели фирмы:

- получение максимальной прибыли для ее собственников
- максимизация выручки
- экономический рост
- выживание в долгосрочной перспективе
- обеспечение баланса интересов всех сторон (акционеров, менеджеров, кредиторов, поставщиков, трудового коллектива)

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРИРОДА ФИРМЫ ПО Р. КОУЗУ

Согласно Коузу, *фирма* есть *пучок* (совокупность) *контрактов*. При таком определении фирма представляется не как объединение людей, машин и технологий, а как механизм отношений между рыночными агентами в ходе совершения ими различных хозяйственных сделок – трансакций

Осуществление трансакций требует определенных затрат, именуемых *транзакционными издержками*, которые связаны не с производством как таковым (расходы на заработную плату, основной капиталом, сырье, материалы, энергию и т.п.), а с сопутствующими ему затратами - *накладными расходами*

Стандартный перечень трансакционных издержек включает:

- *издержки поиска информации*
- *издержки ведения переговоров и заключение контрактов*
- *издержки измерения качества*
- *издержки спецификации и защиты прав собственности*
- *издержки оппортунистического поведения*

Существование фирм объясняется необходимостью уменьшения *транзакционных издержек*

Р.Коуз показал, что оптимальные размеры фирмы определяются точкой, в которой предельные затраты (т.е. затраты на организацию одной дополнительной транзакции) внутри фирмы становятся равными предельным затратам на проведение аналогичной транзакции с использованием механизма рынка

Трансакционный сектор экономики в явном виде моделируется *трансакционной функцией* (по *Е.В. Попову*)

$$C = B N^\lambda / (F^\mu + I^\nu), \quad (1)$$

где C – трансакционные издержки фирмы (экономического агента в общем случае)

B – коэффициент пропорциональности, измеряемый в единицах издержек

N – количество экономически активных агентов (акторов), заключивших институциональные соглашения с фирмой (или определенным агентом)

F – количество формальных институтов (контрактов)

I – количество неформальных институтов

λ, μ, ν – коэффициенты эластичности для использования акторов, формальных и неформальных институтов для формирования институциональной среды

Трансформационный сектор экономики в явном виде моделируется *производственной функцией Кобба-Дугласа*:

$$Q = A \cdot L^\alpha \cdot K^\beta . \quad (2)$$

2. Фирма в условиях совершенной конкуренции

В рыночной экономике фирмы действуют обособленно и выступают по отношению друг к другу как конкуренты.

Условия, в которых протекает рыночная конкуренция, весьма разнообразны

Среди этих условий особое значение имеют следующие:

- 1) количество фирм в отрасли
- 2) свойства продукта: его дифференциация, наличие субститутов
- 3) возможность для входа фирм в отрасль и выхода из отрасли
- 4) степень контроля производителей над ценами
- 5) характер поведения фирм

Обычно выделяют 2 крупные модели рынка:

- рынок совершенной конкуренции

- рынок несовершенной конкуренции

Наиболее эффективно рыночная система действует в условиях совершенной конкуренции

Рынок совершенной конкуренции состоит из большого числа продавцов, конкурирующих между собой.

Каждый из них предлагает стандартную однородную продукцию большому числу покупателей

Доля каждого производителя на рынке настолько мала, что они не могут влиять на рыночную цену товара

Участники рынка имеют равный доступ к информации, т.е. продавцы имеют представление о цене, технологии производства, возможном доходе

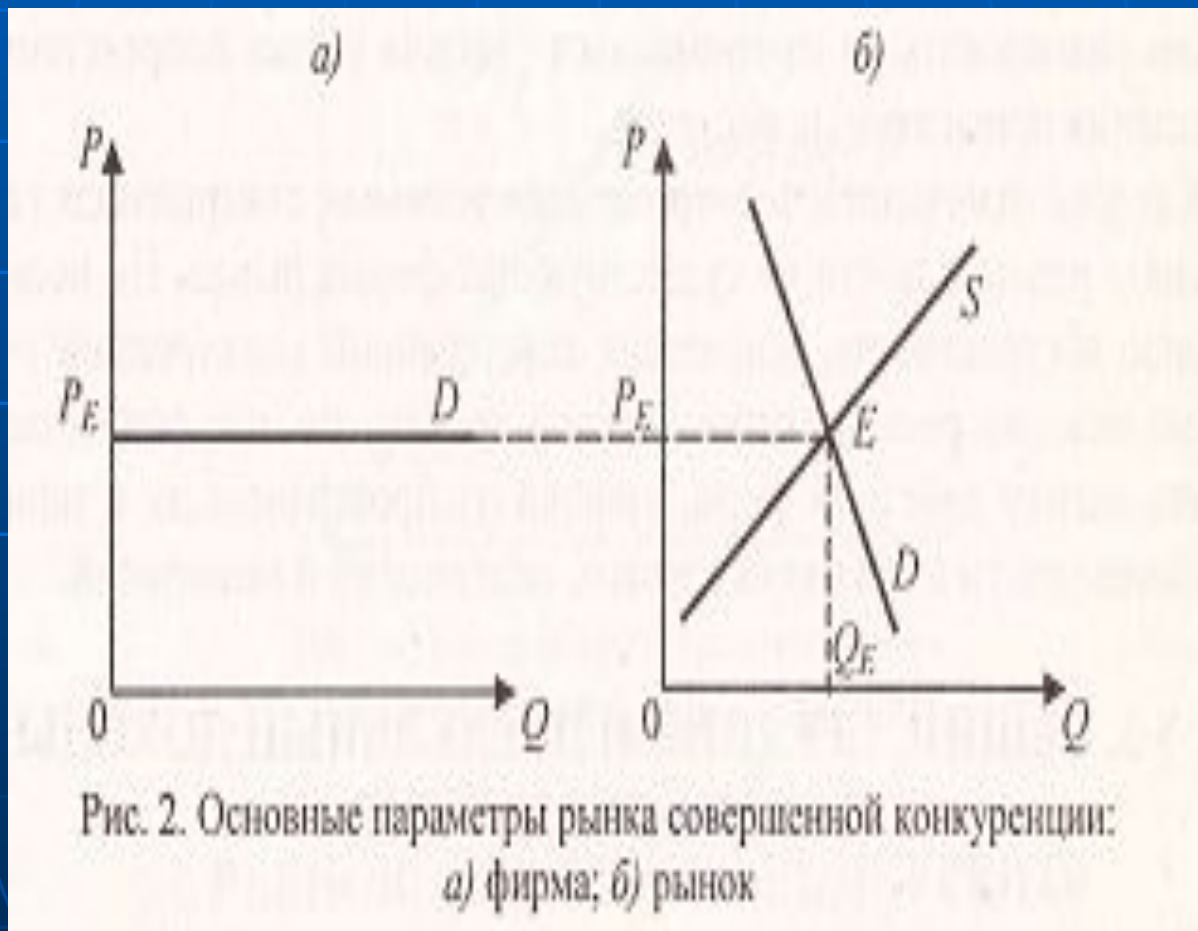
В свою очередь, покупатели осведомлены о ценах и об их изменениях

Существует свобода выхода и входа в отрасль: любой предприниматель при желании может начать производство данного товара или беспрепятственно покинуть рынок

Основные признаки рынка совершенной конкуренции



Основные параметры рынка совершенной конкуренции



Основные черты рынка несовершенной конкуренции

	Типы рынка несовершенной конкуренции		
Характеристика	Монополистическая конкуренция	Олигополия	Чистая монополия
Количество и размеры фирм	Множество мелких	Несколько крупных	Одна крупная
Тип продукта	Разнородный	Разнородный или однородный	Уникальный
Контроль над ценой	Незначительный	Ограниченный взаимозависимостью	Значительный

Общий, средний и предельный доходы фирмы-конкурента

Общий (валовой) доход (TR) – это вся сумма дохода, полученная фирмой от продажи данного объема продукции (Q) по цене P

$$TR = P \cdot Q . \quad (3)$$

Средний доход (AR) – это общий доход, деленный на количество проданных товаров

$$AR = TR/Q = P \cdot Q/Q = P . \quad (4)$$

Предельный доход (MR) – это прирост общего дохода, связанного с продажей последней из реализованных единиц продукции. В условиях совершенной конкуренции цена остается постоянной независимо от объема продаж, и предельный доход, как и средний, равен цене (P)

$$MR = \Delta TR/\Delta Q = P . \quad (5)$$

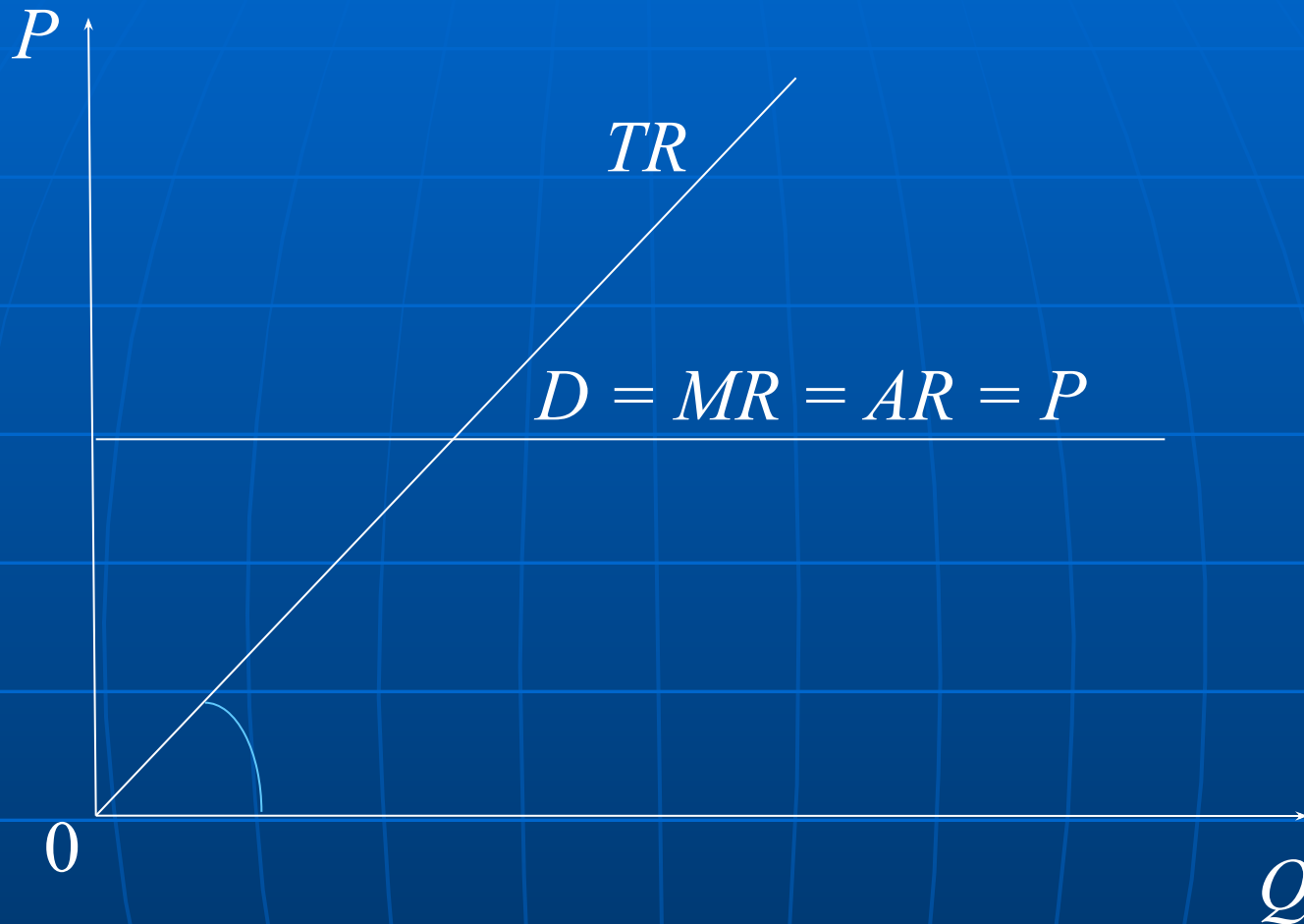


Рис. 3. График общего, среднего и предельного доходов фирмы-конкурента

ТАБЛИЦА ОПРЕДЕЛЕНИЯ РЕШЕНИЙ ФИРМОЙ-КОНКУРЕНТОМ В КРАТКОСРОЧНОМ ПЕРИОДЕ

	При сопоставлении TR и TC	При сопоставлении MR и MC
Следует ли фирме производить?	Да, если $TR > TC$ или если $TC > TR$ на величину, меньшую, чем постоянные издержки	Да, если цена равна или больше минимума средних переменных издержек
Каков должен быть выпуск, обеспечивающий максимальную прибыль?	Выпуск, соответствующий максимальному превышению TR над TC	Выпуск, соответствующий равенству: $MC = P$
Будет ли фирма получать экономическую прибыль?	Да, если $TR > TC$ Нет, если $TC > TR$	Да, если $P > ATC_{min}$ Нет, если $P < ATC_{min}$

Прибыль фирмы (Pr) образуется как разница между общим доходом (TR) и общими издержками (TC):

$$Pr = TR - TC. \quad (6)$$

Общее правило для всех фирм в любых условиях рыночной конкуренции в краткосрочном периоде: у фирмы, осуществляющей деятельность в краткосрочном периоде, величина экономической прибыли максимальна, или ее убытки минимальны, при таком объеме выпуска продукции, при котором $MC = MR$

Для фирмы-конкурента это правило выглядит так:

$$MC = MR = P \quad (7)$$

В условиях несовершенной конкуренции цена не является постоянной величиной. Предприятие понимает, что чем больше продукции оно произведет, тем меньшей будет возможная цена реализации. В этом случае спрос на продукцию отдельного предприятия является эластичным ($E > 1$), либо неэластичным ($E < 1$), а его кривая имеет отрицательный наклон.

В результате, предельный доход такого предприятия всегда меньше его среднего дохода. Общий же доход предприятия сначала растет, благодаря эластичному спросу на его продукцию и положительному значению предельного дохода. Затем, при дальнейшем снижении цены, общий доход предприятия начинает падать по причине неэластичного спроса и отрицательного значения его предельного дохода.

Таким образом, общий, предельный и средний доходы предприятия в условиях несовершенной конкуренции имеют следующую графическую зависимость от объема производства и реализации (рис.4)

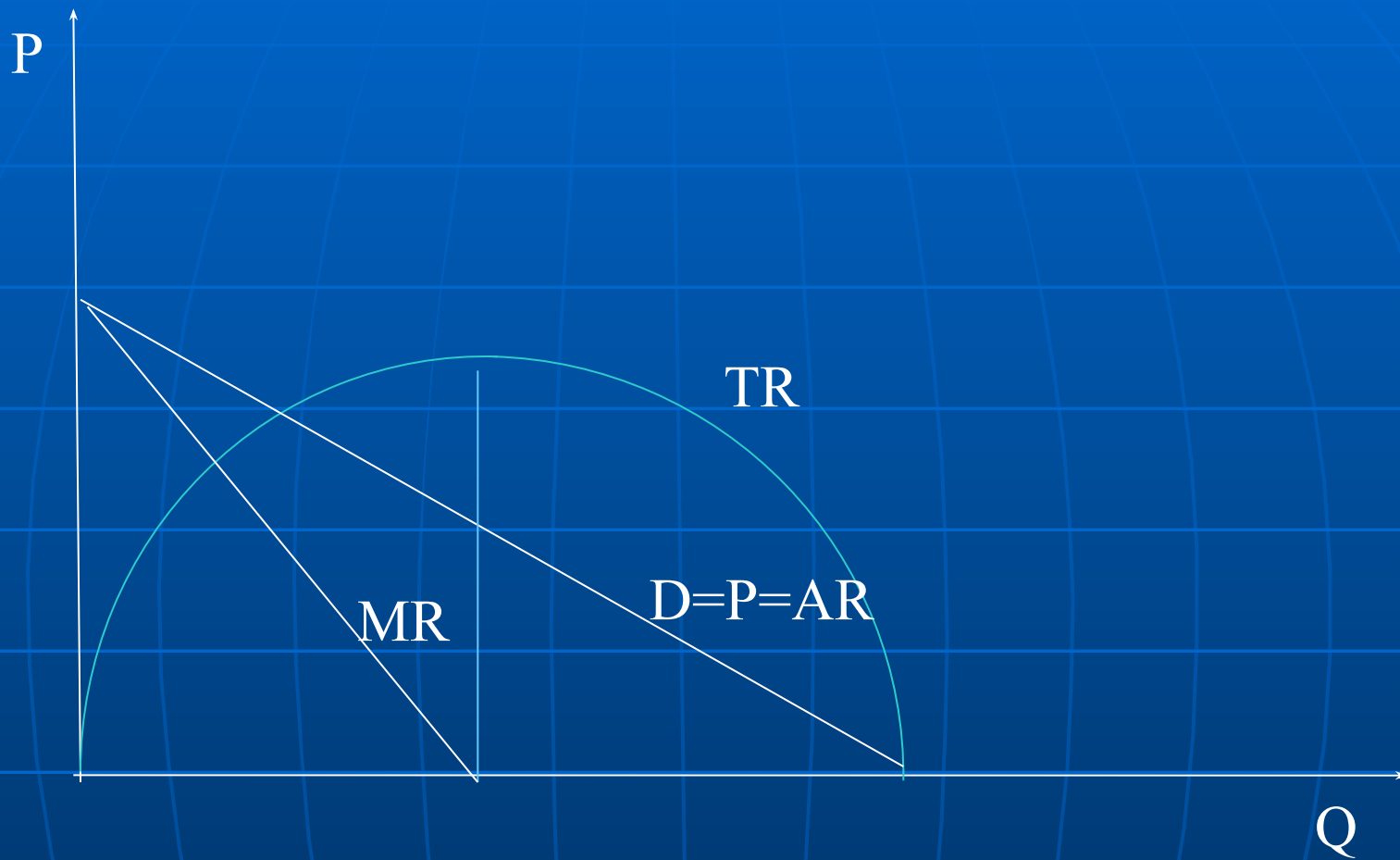


Рис.4. Динамика доходов фирмы в условиях несовершенной конкуренции

В условиях несовершенной конкуренции предприятие также максимизирует свою прибыль при равенстве предельного дохода и предельных издержек, но в отличие от предприятия, функционирующего в условиях совершенной конкуренции, его предельный доход меньше среднего дохода, равного цене. Поэтому предприятие, определяя объем производства в условиях несовершенной конкуренции, должно руководствоваться следующим правилом:

$$MC = MR < AR = P . \quad (8)$$