
Тема 1. Фирма и рынок

Фирма - обособленный субъект экономической деятельности, осуществляющий свои функции во внешней экономической среде

-
- *Какая фирма эффективнее: большая или маленькая?*
 - *Почему некоторые фирмы воздерживаются от входа на рынок?*

Максимизация прибыли (1)

Неоклассический анализ:

- **Функция прибыли = Функция полезности фирмы**

$$\Pi = TR - TC \quad U = f(\Pi)$$

- **Модель «черного ящика»**



- **Холистическая концепция**
- **Рациональность**

Максимизация прибыли (2)

«Если вскрыть "черные ящики" фирмы и рынка, то обнаруживаются сложные структуры, устройство которых является и продуктом конкуренции, и фактором конкуренции»

/ А.Г.Слуцкий /

Проблемы неоклассического анализа:

- Не рассматривается **организационная структура** фирмы
- Игнорируются **стимулы внутри** фирмы
- Не объясняет, **почему возникает** фирма
- Не объяснения **четких границ** фирмы
- **Стерты различия** между фирмами, нет влияния институциональной формы

ad hoc

Границы фирмы

- **Технологическая концепция**
 - минимально эффективный размер фирмы (МЭВ)
/minimum effective scale - MES /

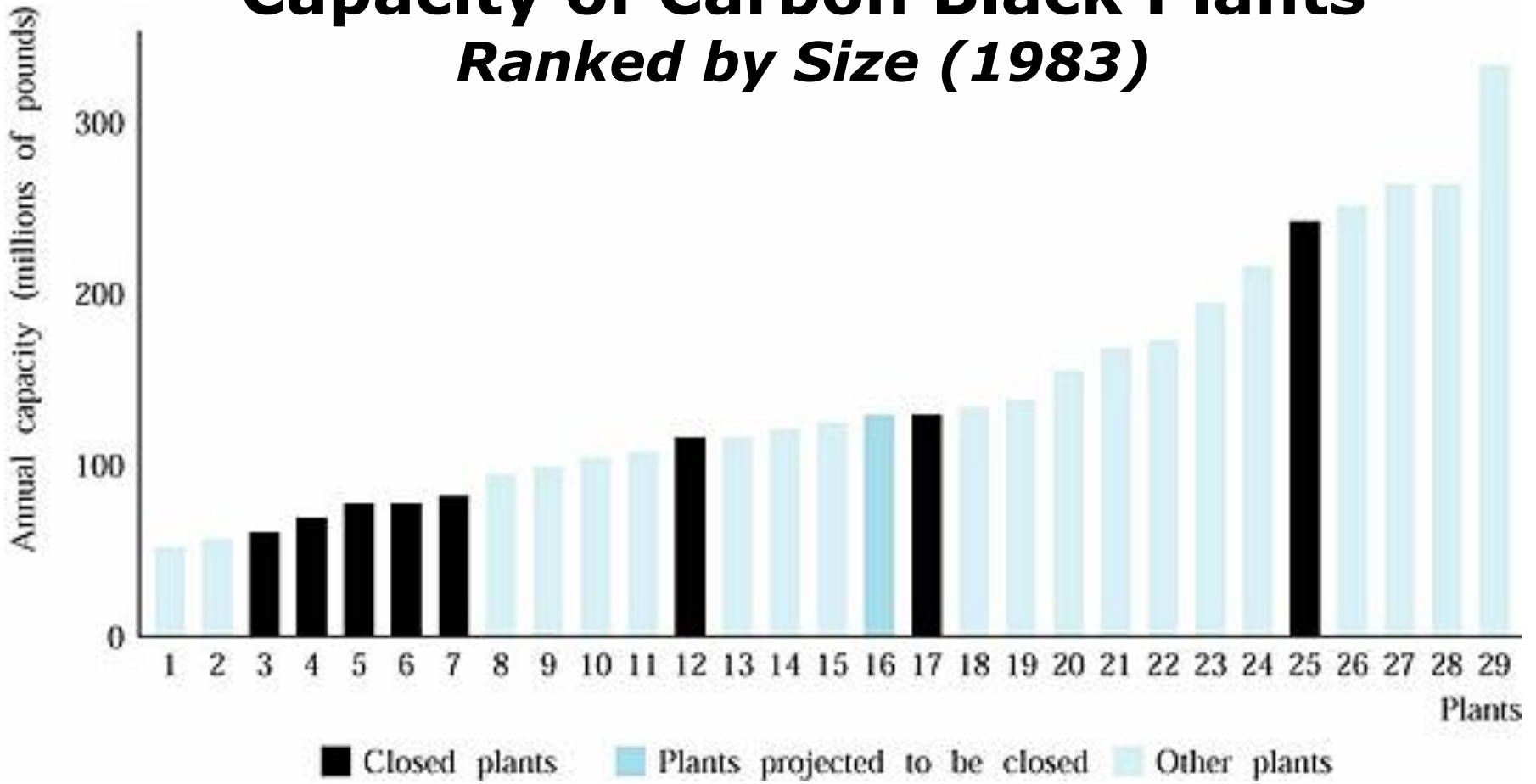
- **Контрактная концепция**
 - рынок – система внешних контрактов
 - фирма – система внутренних контрактов
 - трансакционные издержки */transaction costs /*

- **Стратегическая концепция**
 - фирма – игрок, реализующий антиконкурентную стратегию

Технологическая концепция (1)

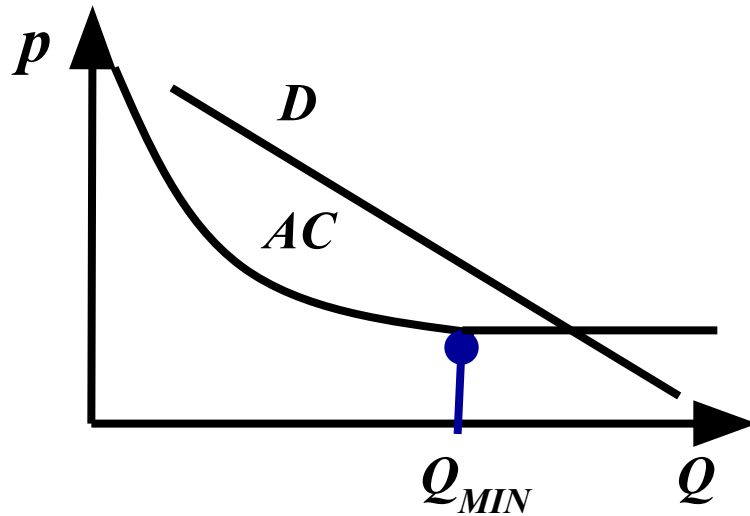
Пример 1.1

Capacity of Carbon Black Plants *Ranked by Size (1983)*



Технологическая концепция (2)

- Экономия от масштаба



$$Q(tL, tK) = t^S Q(L, K)$$

$$S = \frac{AC(Q)}{MC(Q)} > 1$$

Технологическая концепция (3)

- **Субаддитивность издержек**

$$\Sigma C(q_i) > C(\Sigma q_i)$$

Границы фирмы

Горизонтальные

Экономия от масштаба

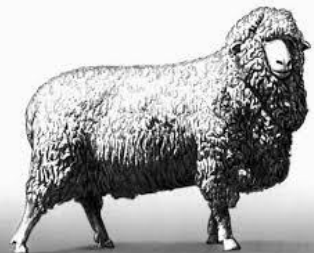
$$C(q_1) + C(q_2) > C(q_1 + q_2)$$

Экономия от разнообразия

$$C(q_1, 0) + C(0, q_2) > C(q_1, q_2)$$

Вертикальные

$$C(q_1, 0) + C(0, q_2) > C(q_1, q_2)$$



Вертикальная интеграция (1)

■ 2 монополиста



Что выгоднее: сохранить индивидуальность или объединиться?

Пример 1.2

□ рыночный спрос на товар: $P = 100 - Q$

□ функция издержек производителя:

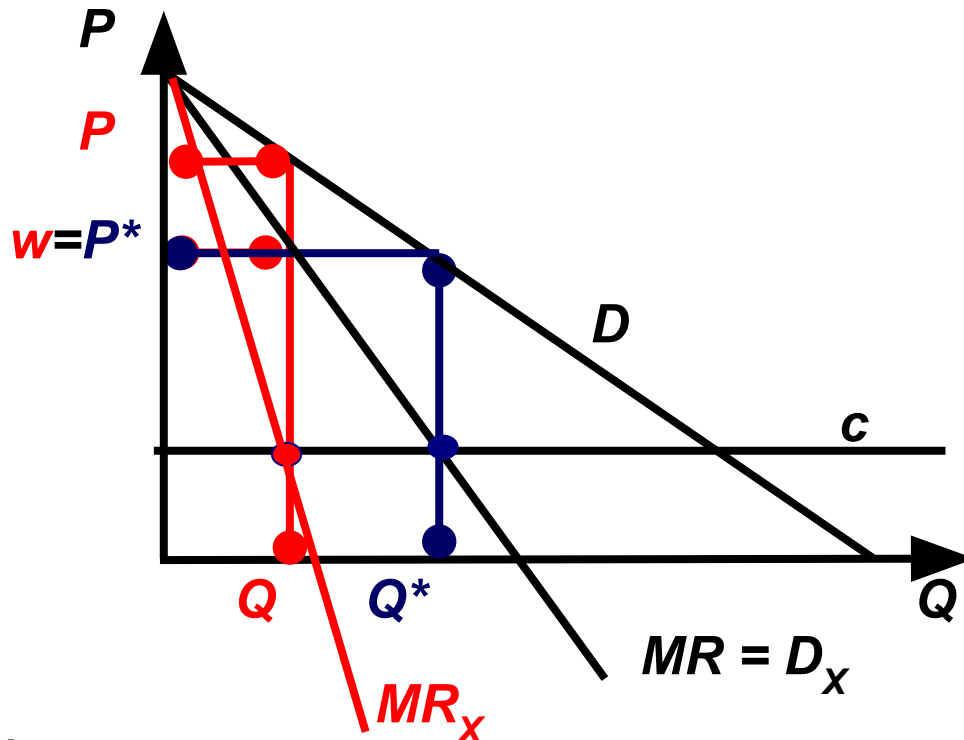
$$TC_x = 20Q$$

□ функция издержек продавца:

$$TC_y = wQ$$

Вертикальная интеграция (2)

- «двойная надбавка» / *double marginalization* /



Эффективна ли вертикальная интеграция для общества в целом?

Контрактная концепция (1)



Пример 1.3

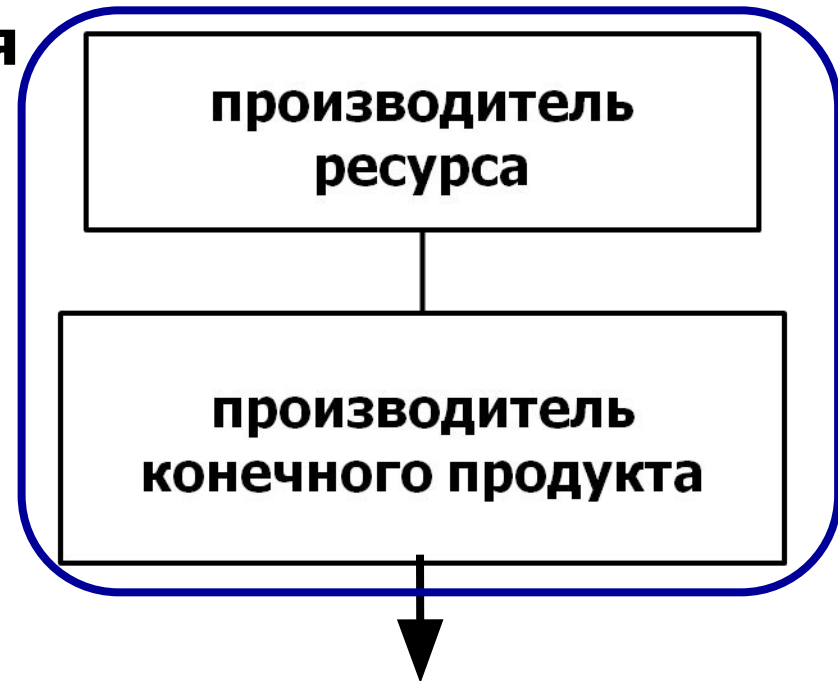
- 1919 г. - компания **General Motors** подписала контракт на 10 лет с производителем крытых кузовов **Fisher Body**
 - ❑ **General Motors** брала на себя обязательство закупать почти все закрытые кузова, произведенные **Fisher Body**
 - ❑ Цена определялась как **СТОИМОСТЬ + 17,6%**, причем не могла быть выше среднерыночной на подобные кузова, производимые другими компаниями
- Последующие 5 лет:
 - ❑ значительный рост спроса на автомобили
 - ❑ **Fisher Body** отказалась разместить свои предприятия вблизи сборочного производства **General Motors**
 - ❑ претензии к качеству кузовов со стороны **General Motors**
- 1924 г. - **General Motors** сделала вывод о невозможности продолжения контрактных отношений
- 1926 г. – слияние **General Motors** и **Fisher Body**



Контрактная концепция (2)

■ Вертикальная интеграция

- Специфичность активов
- Неопределенность
- Риск оппортунистического поведения



Трансакционные издержки vs Издержки контроля

Стратегическая концепция (1)

Пример 1.4

- 2003г. Создание *ТНК-ВР*, о котором объявили британская *ВР* и консорциум *ААР* («Альфа-групп» М.Фридмана – Access Industries Л.Блаватника– «Ренова» В.Вексельберга), стало на тот момент крупнейшей прямой инвестицией иностранной компании в России (сумма сделки **\$7,8 млрд.**, доли акционеров по **50%**).
- 2008 г. Конфликт акционеров из-за разногласий по поводу управления и развития бизнеса.
- 2011 г. *ААР* сорвал партнерство *ВР* и *Роснефти* на шельфе Карского моря.
- 2013 г. Госкомпания *Роснефть* (крупнейший акционер – правительство РФ) купила **100%** акций *ТНК-ВР* (**\$54,9 млрд.**, рекорд для России), став крупнейшей публичной нефтегазовой компанией мира.
- Займ у западных и российских банков составил **\$40 млрд.**
<http://old.vedomosti.ru/special/15-biggest-mergers/#showall>

Стратегическая концепция (2)

- **Слияния и поглощения** / *merges and acquisitions* - M&A /
 - Инструмент конкурентной стратегии
 - Синергетический эффект
 - Повышение эффективности управления
 - Рост капитализации
 - Снижение налогового бремени
 - Политические и личные мотивы

Mergers & Acquisitions Journal (1998):

- 61% слияний не окупает вложенных в них средств

RwC, исследование 300 слияний за 1987-1997:

- 57% объединившихся компаний отстают в своем развитии от других субъектов рынка

Стратегическая концепция (3)

- **Основные проблемы неэффективности М&А**
 - ❑ **усиление флуктуации сотрудников**
 - ❑ **отсутствие стратегии**
 - ❑ **недооценка затрат**
 - ❑ **осознанно необъективная оценка**
 - ❑ **отсутствие должного контроля**
 - ❑ **медлительность принятия решений и размытые компетенции**
 - ❑ **культурные барьеры**
 - ❑ **неопытность менеджеров**

Барьеры входа и выхода (1)

Пример 1.5. *Что нужно, чтобы открыть ресторан?*

Документы:

- **Разрешение на строительство или согласование перепланировки, разрешения пожарных, газовых и электроснабжающих служб**
- **Патент на ведение торговой деятельности**
- **Лицензии на право производства и реализации продуктов питания в сфере общественного питания, на продажу алкоголя**
- **Разрешение Роспотребнадзора на открытие ресторана**

Финансы (2014г.):

- **Оформление необходимых документов - от 300 тыс.руб.**
 - **Ремонт и перепланировка помещения - от 1 млн.руб.**
 - **Покупка мебели, необходимого оборудования - от 1,5 млн.руб.**
 - **Наем рабочих, персонала, дизайнеров и пиарщиков - от 1 млн.руб.**
- Итого: не менее 3,5-4 млн. руб.**

<http://www.kp.ru/guide/kak-otkryt-restoran.html>

Барьеры входа и выхода (2)

Нестратегические барьеры:

- емкость рынка (ограниченность спроса);
- объем капитальных затрат (первоначальных инвестиций);
- абсолютное преимущество в издержках;
- относительное преимущество в издержках;
- административные барьеры;
- состояние инфраструктуры рынка;
- качество товара и репутация фирмы;
- криминальные барьеры.

Стратегические барьеры:

- ценообразование, ограничивающее вход;
- дополнительные инвестиции в оборудование;
- продуктовая дифференциация;
- долгосрочные контракты с поставщиками и потребителями;
- репутация «жесткого» конкурента.

Стратегические барьеры входа

Процент фирм, которые прибегают к той или иной стратегии ограничения входа

Вид стратегии	Часто*		Время от времени*		Никогда*	
	1	2	1	2	1	2
1. Избыточные мощности	32	21	20	49	36	30
2. Реклама	62	52	16	41	5	7
3. Расходы на НИОКР	56	31	15	46	17	23
4. Репутация «жесткого» конкурента	27	27	27	52	23	21
5. Лимитирующее ценообразование для предотвращения входа	6	22	17	53	44	25
6. Лимитирующее для замедления входа	11	20	21	55	35	27
7. Эффект обучения	26		29		18	
8. Дифференциация товара		57		37		6
9. Методы сокрытия прибыли		59		29		12

* Примечание: 1 — для новых товаров; 2 — для уже существующих товаров.

Источник: Smiley, R. Empirical Evidence on Strategic Entry Deterrence // International Journal of Industrial Organization. 1980. №. 6. P. 170.

Типы рынков

- Со свободным входом
- С неэффективными барьерами
- С эффективными барьерами
- С блокированным входом

*К какому типу можно отнести **квазиконкурентные (сопоставительные)** рынки?*

Литература:

- Розанова Н.М. Экономика отраслевых рынков. Гл. 3, 8.
- Кабраль Л. Организация отраслевых рынков. Гл. 3.

Дополнительное чтение:

- Н.М. Розанова, И.В. Зорострова. Экономический анализ фирмы и рынка: учебник. Гл.1-2.
- М.И. Одинцова. Институциональная экономика. Гл.5
<http://institutiones.com/strategies/1776-institucionalnaya-ekonomika-odincova.html>