

ЭКОНОМИКА. ТЕОРИЯ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ

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

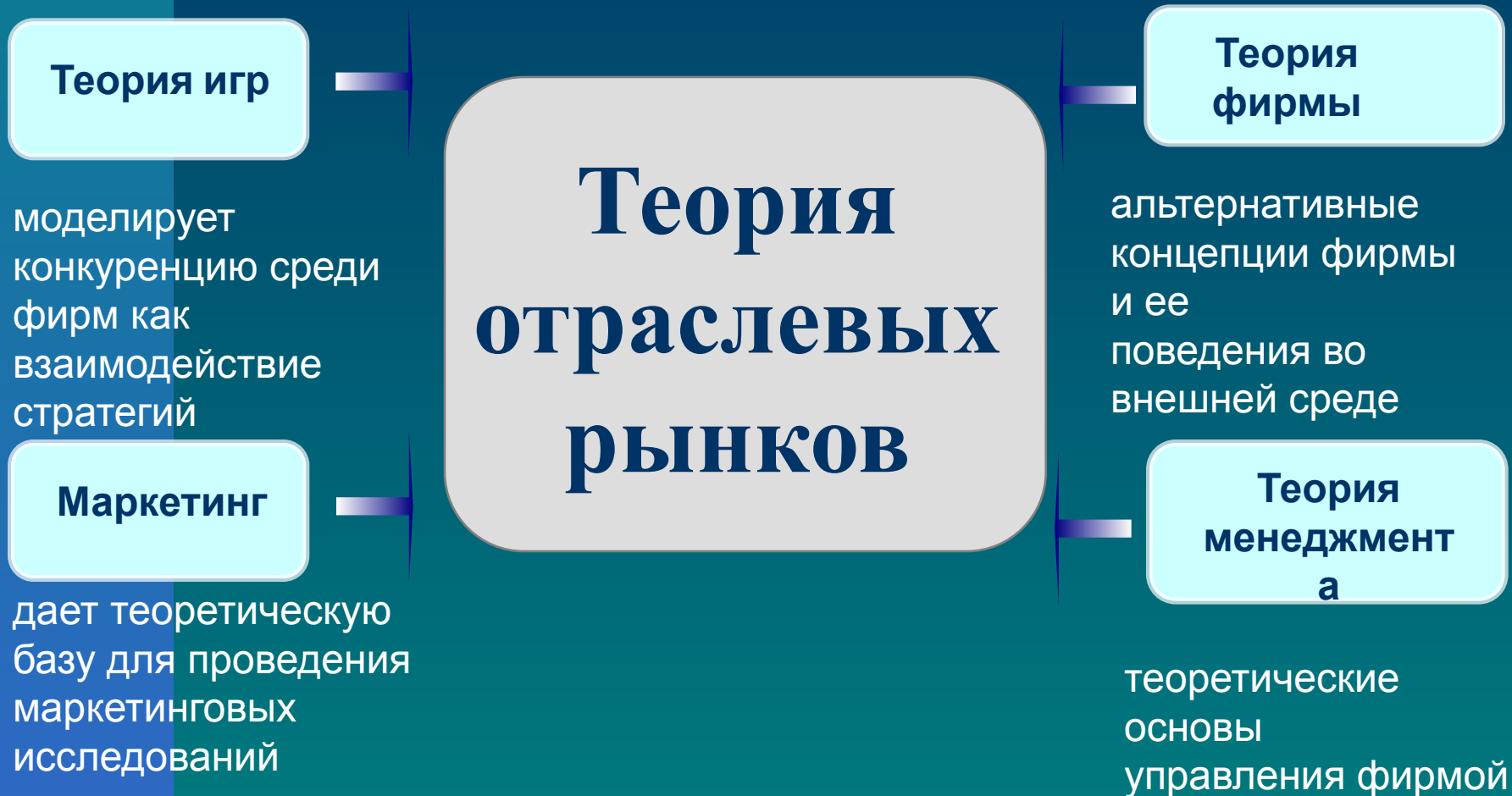
Теория отраслевых рынков

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



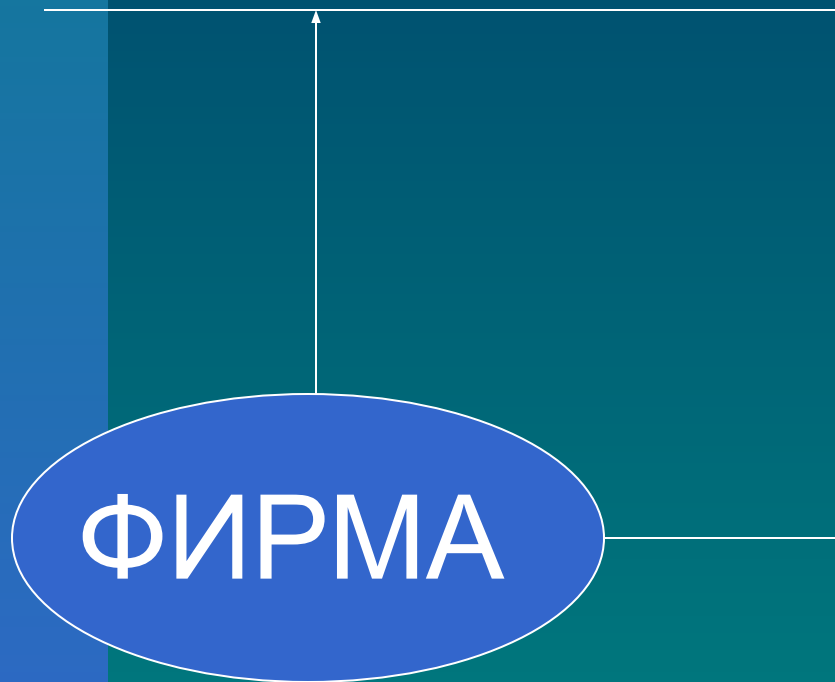
однозаводские

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