

# Курс «Экономика отраслевых рынков»

д.э.н., профессор кафедры  
экономической теории ЮФУ

Вольчик Вячеслав Витальевич

к.э.н., доцент кафедры экономической  
теории ЮФУ

Филоненко Юлия Вячеславовна

# Вспомним!

## Основные проблемы теории отраслевых рынков – классификация Ричарда Шмалензи



**Richard L.  
Schmalensee**

1. Что представляет собой рынок отдельного товара в мире дифференцированных продуктов? Где пролегают его границы?
2. Какие факторы определяют размер фирм, или почему отдается предпочтение внутрифирменной координации, в одних случаях, и рыночной – в других?
3. Какой элемент рыночной структуры является ключевым?
4. Действительно ли фирмы максимизируют прибыль или они преследуют иные цели?

# Основные проблемы теории отраслевых рынков – классификация Ричарда Шмалензи



**Richard L.  
Schmalensee**

5. Каков характер практического ценообразования фирм с рыночной властью и каковы его последствия для благосостояния?
6. Способны ли уже существующие фирмы предотвратить вход в отрасль новичков или вытеснить часть имеющихся фирм?
7. Какие факторы облегчают или затрудняют сговор и иные формы координации?
8. Насколько значительно отклонение от конкурентного идеала рынков с рыночной властью?

# Основные проблемы теории отраслевых рынков – классификация Ричарда Шмалензи



**Richard L.  
Schmalensee**

**вопрос этой  
лекции:**

**4. Действительно ли фирмы  
максимизируют прибыль  
или они преследуют иные  
цели?**

# Альтернативные теории фирмы



# Альтернативные теории фирмы

## Вопросы:

1. Фирма в неоклассической теории
2. Контрактная теория фирмы
3. Теория принципала-агента
4. Альтернативные цели фирм
5. Модель самоуправляющегося предприятия
6. Организация и обработка информации

# Фирма - это

1

**Коммерческая организация,  
юридическое лицо**

2

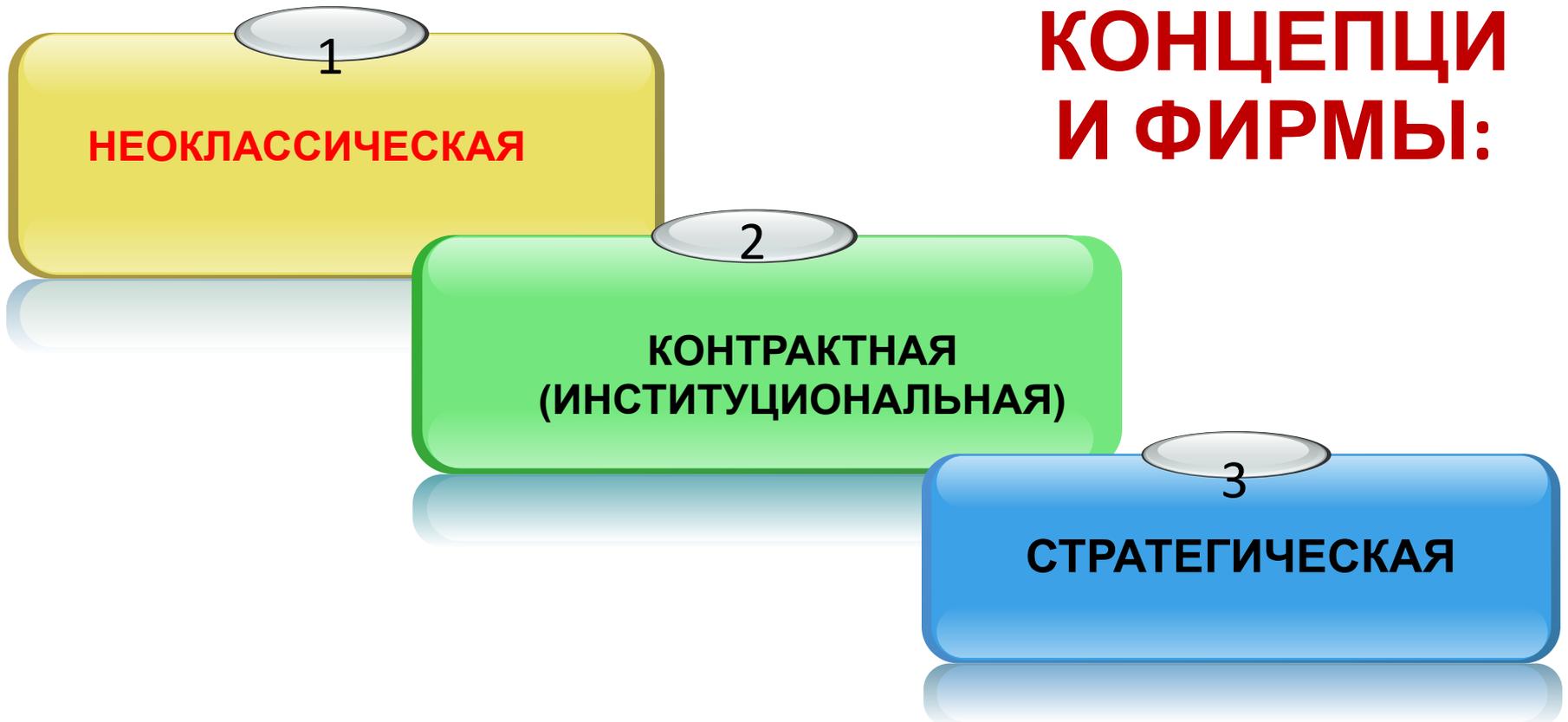
**Обособленный агент рынка,  
выполняющий функцию  
перераспределения ресурсов**

3

**Институт альтернативного  
распределения ресурсов**

# Альтернативные теории фирмы

## ТРИ КОНЦЕПЦИИ И ФИРМЫ:



1

**НЕОКЛАССИЧЕСКАЯ  
КОНЦЕПЦИЯ**

**Неоклассический** вариант теории фирмы исходит из её существования как из готовой предпосылки. Это хозяйствующий субъект, приобретающий ресурсы на рынке, и трансформирующий их в продукты, которые, в свою очередь, реализуются на рынке.

# Допущения неоклассической теории фирмы

В основе всех неоклассических моделей, рассматривающих фирму как максимизатора прибыли, лежат несколько допущений:

**1. Под прибылью понимают разность между выручкой и совокупными издержками, включая альтернативные издержки (opportunity cost) и налоги. Прибыль поддается измерению.**

# Допущения неоклассической теории фирмы

2. Фирма действует как принимающая решения **неделимая единица**, поведение которой сходно с поведением индивидуального предпринимателя.

3. **Функция полезности фирмы** как неделимой единицы принятия решения содержит только одну переменную - прибыль.

$$U = f(\pi)$$

# Допущения неоклассической теории фирмы

**4. Все действия фирмы как экономического субъекта являются рациональными. Это означает, что существует возможность четкого ранжирования альтернатив в зависимости от их результативности и выбора среди них самой подходящей.**

**5. Фирме доступна полная и достоверная информация относительно положения на рынках товаров и факторов производства.**

**6. Деятельность фирмы контролируется собственником.**

# Поведение фирмы в условиях совершенной конкуренции в краткосрочном периоде

## *из прошлого и на будущее:*

- Различать различные рыночные структуры и различные периоды  
Краткосрочный (или короткий) (*snort-run*) период — *это отрезок времени, в течение которого одни факторы производства являются постоянными, а другие — переменными.* К постоянным факторам производства относятся такие ресурсы, как общие размеры зданий и сооружений, количество используемых машин и оборудования и т. д., а также количество фирм, функционирующих в отрасли. Предполагается, что возможности свободного доступа новых фирм в отрасль в краткосрочном периоде весьма ограничены. В краткосрочный период фирма имеет возможность варьировать только степень загрузки производственных мощностей (путем изменения протяженности рабочего времени, количества использованного сырья и т. д.).

# Поведение фирмы в условиях совершенной конкуренции в краткосрочном периоде

## из прошлого и на будущее:

- Различать различные рыночные структуры и различные периоды
- **Долгосрочный (длительный) (*long-run*)** период — это отрезок времени, в течение которого все факторы являются переменными. В долгосрочном периоде фирма имеет возможность изменить общие размеры зданий и сооружений, количество используемых машин и оборудования и т. д., а отрасль — число функционирующих в ней фирм. Долгосрочный период — это период, в течение которого преодолеваются барьеры для входа и выхода из отрасли. В отличие от кратчайшего периода, в котором все факторы производства постоянны, и краткосрочного, где часть факторов является постоянной, а часть переменной, в долгосрочном периоде фирма может изменять все параметры производства.
- Разграничение трех периодов имеет важное значение для анализа издержек и особенностей поведения фирмы в условиях совершенной конкуренции, чистой монополии, олигополии, монополистической

# Поведение фирмы в условиях совершенной конкуренции в краткосрочном периоде

- цена на рынке совершенной конкуренции является величиной экзогенной. Она формируется при пересечении отраслевой кривой спроса и отраслевой кривой предложения
- функция отраслевого предложения (краткосрочный период) в условиях совершенной конкуренции образуется в результате суммирования индивидуальных функций предложения всех фирм, работающих в данной отрасли.
- поэтому фирма может лишь варьировать свои издержки и относительно их выбирать тот объем производства, который выгоден фирме

# Поведение фирмы в условиях совершенной конкуренции в долгосрочном периоде

В долгосрочном периоде кривая предложения фирмы горизонтальная линия, т.е. предложение абсолютно эластично.

- В долгосрочном периоде в отрасли останутся лишь те фирмы, у которых издержки соответствуют равенству:

$$P=AC=MC=LAC=LMC$$

# Поведение фирмы в условиях совершенной конкуренции в долгосрочном периоде

Кривая долгосрочных средних издержек показывает минимальные издержки на единицу продукции, производимой при каждом возможном объеме производства, когда все ресурсы переменны, и может быть организовано производство любых размеров.

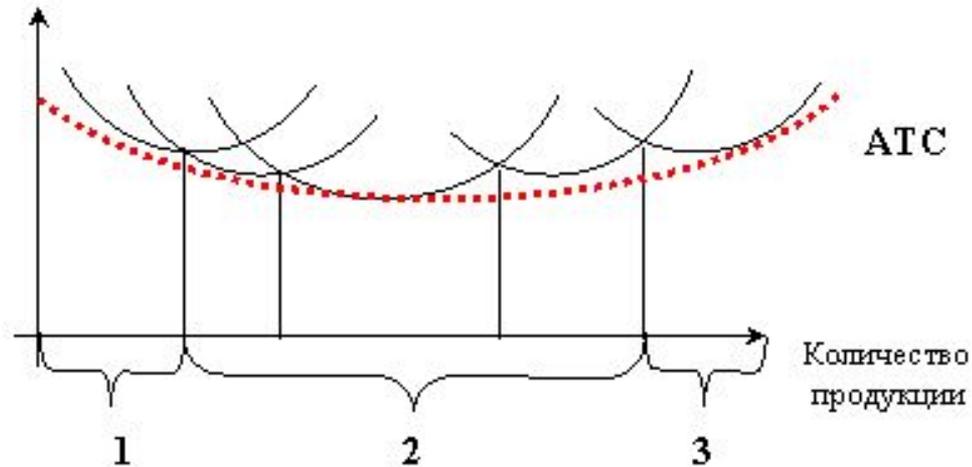
*Каждая точка кривой долгосрочных издержек характеризуется наименьшими достижимыми издержками на единицу продукции при данном объеме производства, когда фирма имеет время изменить все ресурсы.*

# Поведение фирмы в условиях совершенной конкуренции в долгосрочном периоде

Форма кривой долгосрочных издержек показывает, что до определенного объема производства наблюдается возрастающая отдача от масштаба, а после – убывающая:

Кривая долгосрочных средних издержек

Издержки на единицу продукции



- 1- Экономия от роста масштаба производства
- 2- Постоянная отдача от роста масштабов производства
- 3— Рост издержек от роста масштабов производства

**или:**

# Поведение фирмы в условиях совершенной конкуренции в долгосрочном периоде

Форма кривой долгосрочных издержек показывает, что до определенного объема производства наблюдается возрастающая отдача от масштаба, а после – убывающая:



Рис. 2.2. Минимально эффективный выпуск для L-образной кривой издержек на единицу продукции



Рис. 2.3. Минимально эффективный выпуск для U-образной кривой средних издержек в долгосрочном периоде

**или:**

# Поведение фирмы в условиях совершенной конкуренции в долгосрочном периоде

Форма кривой долгосрочных издержек показывает, что до определенного объема производства наблюдается возрастающая отдача от масштаба, а после – убывающая:



# Поведение фирмы в условиях совершенной конкуренции

**Рост средних издержек при увеличении масштабов выпуска определяет технологическую границу фирмы** (*рассмотрим далее..*)

Зависимость издержек от выпуска определяет технологическую границу фирмы, а также пределы горизонтального и вертикального роста фирмы.

Все фирмы делятся на **однопродуктовые** и **многопродуктовые** (*рассмотрим далее..*), поэтому горизонтальная граница роста понимается как предел выпуска одного продукта или предел диверсификации производства.

# Альтернативные теории фирмы

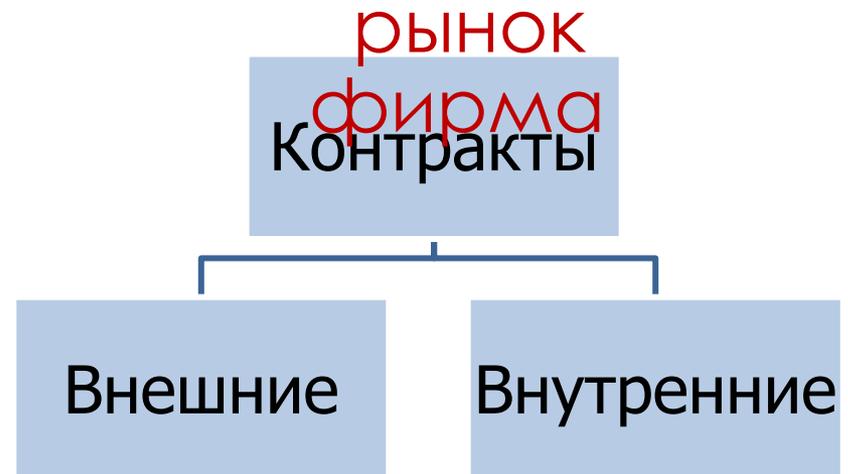
## 2. Контрактная теория фирмы

# Контрактная теория фирмы

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

явные            неявные

- Контракты
  - Формальные
  - Неформальные
  - соглашения



# Контрактная теория фирмы

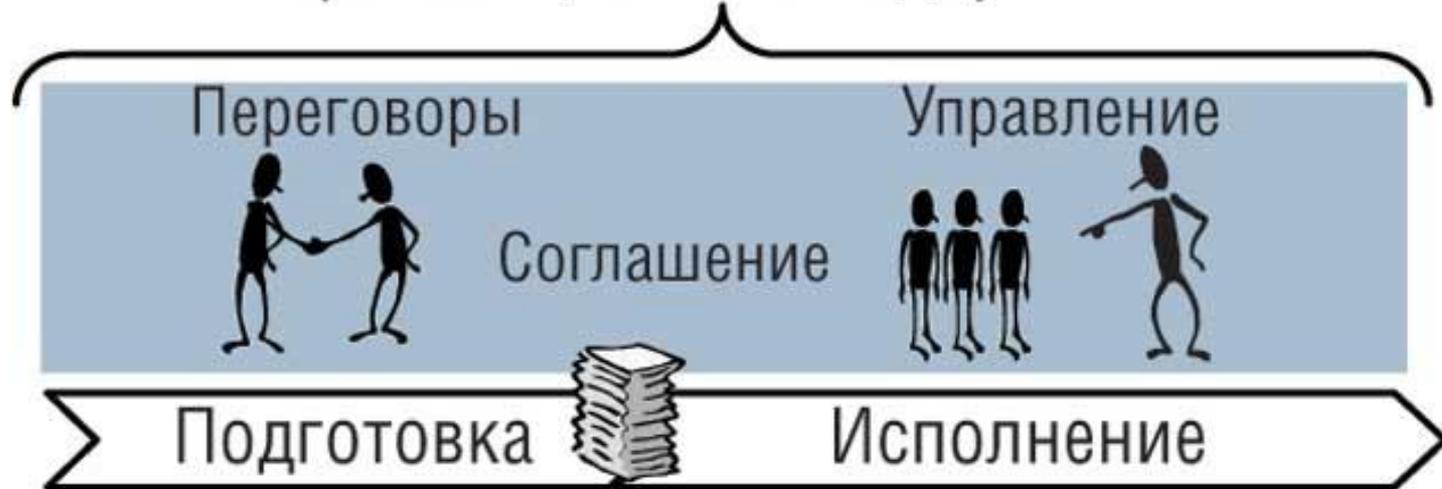
транзакционные

организационные

трансформационны  
е

**типы затрат  
на  
обеспечение  
выполнения  
контрактов**

# Трансакционные издержки



# Трансформационные издержки

# Трансакционные издержки

**Трансакционные издержки** (*англ. transaction, от лат. transactio — совершение, договор*) – это затраты (явные и неявные) на обеспечение выполнения внешних контрактов.

Трансакционными издержками являются затраты на совершение деловых операций, включающие в себя денежную оценку времени на поиск делового партнёра, на ведение переговоров, заключение контракта, обеспечение соответствующего

# Организационные издержки

**Организационные издержки (контроля)** – это издержки, связанные с выполнением внутренних контрактов. Издержки контроля включают расходы на мониторинг выполнения внутренних контрактов, а также потери в результате недолжного выполнения контрактов.

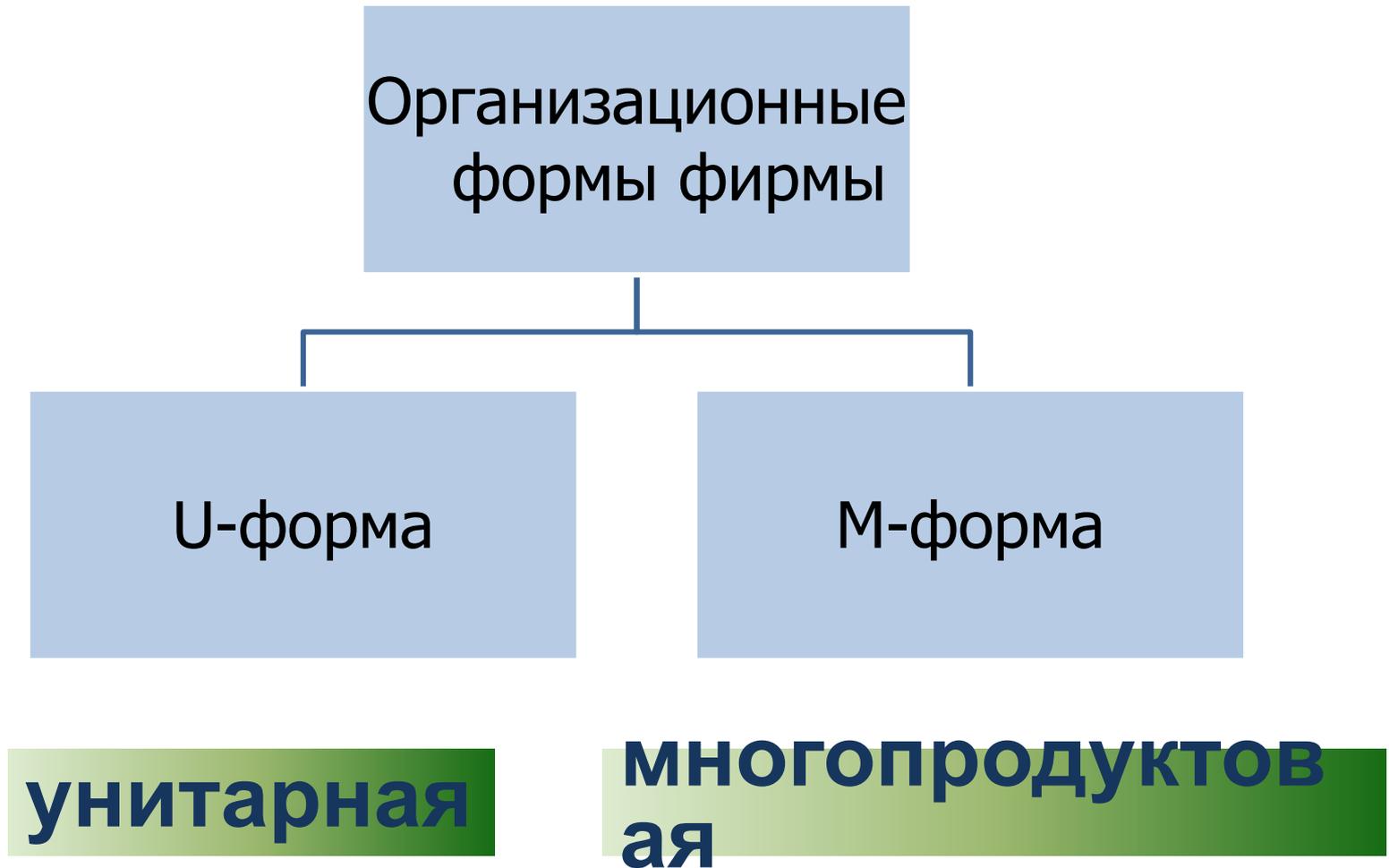
**Рынок и фирма** с этой точки зрения представляют собой **альтернативные способы заключения контрактов**. Рынок может трактоваться как сеть внешних контрактов, а фирма – как сеть внутренних контрактов.

# Размер фирмы

Фирма как обособленный субъект экономической деятельности существует между двумя видами издержек – **транзакционными издержками, которые определяют нижнюю границу фирмы, её минимальный размер.**

**И издержками контроля, которые задают верхнюю границу, её максимальный размер.**

# U- и M-формы организаций

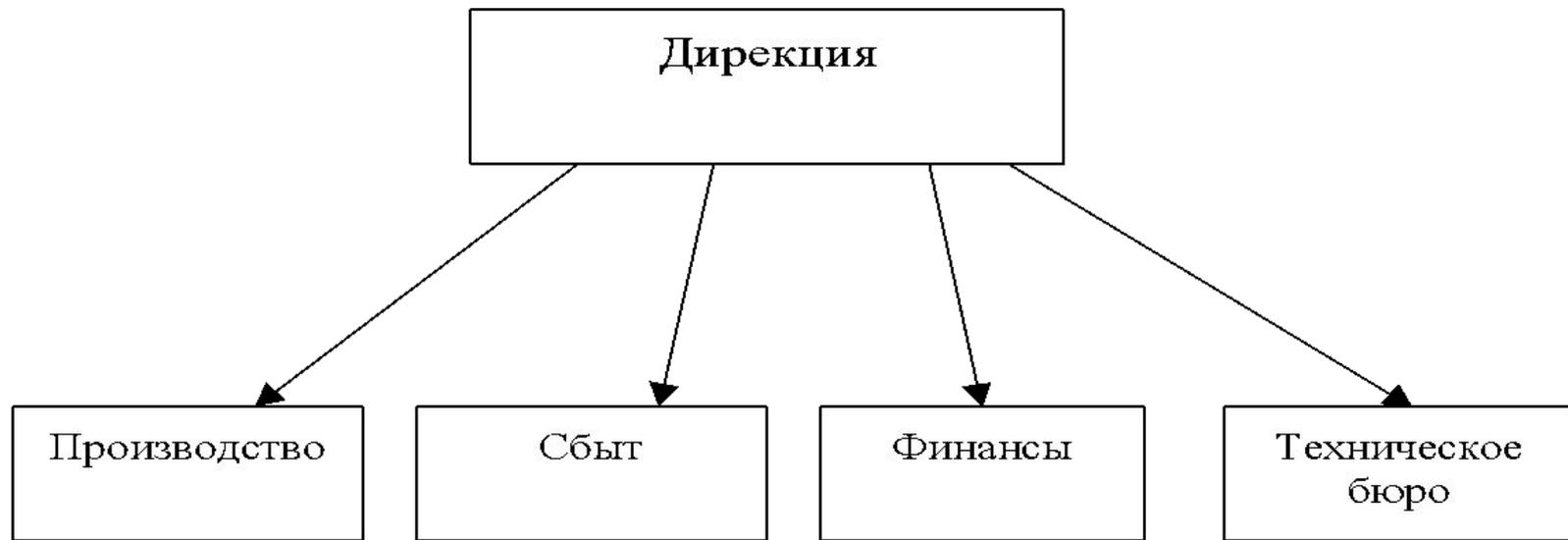


# U-форма

**U-форма** (*от английского unitary*) отличается небольшими издержками контроля и большими трансакционными издержками.

**U-форма** характеризует организацию, которая ориентируется на изготовление одного товара или оказание одной услуги, и в которой право принимать решения по поводу долгосрочной стратегии и текущих операций принадлежит относительно узкой группе.

# U-форма



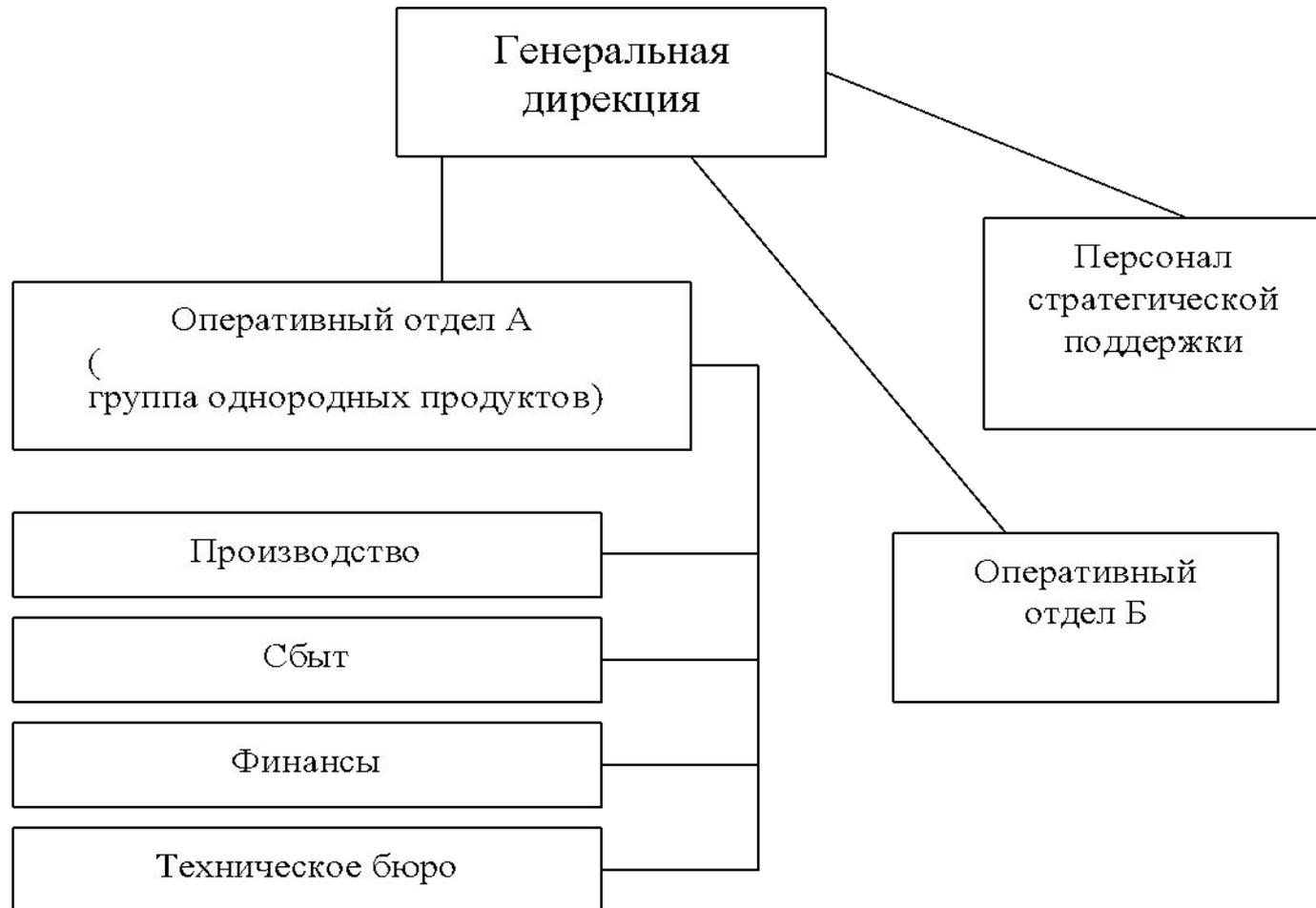
**U-форма ( унитарная) внутрифирменной организации**

# M-форма

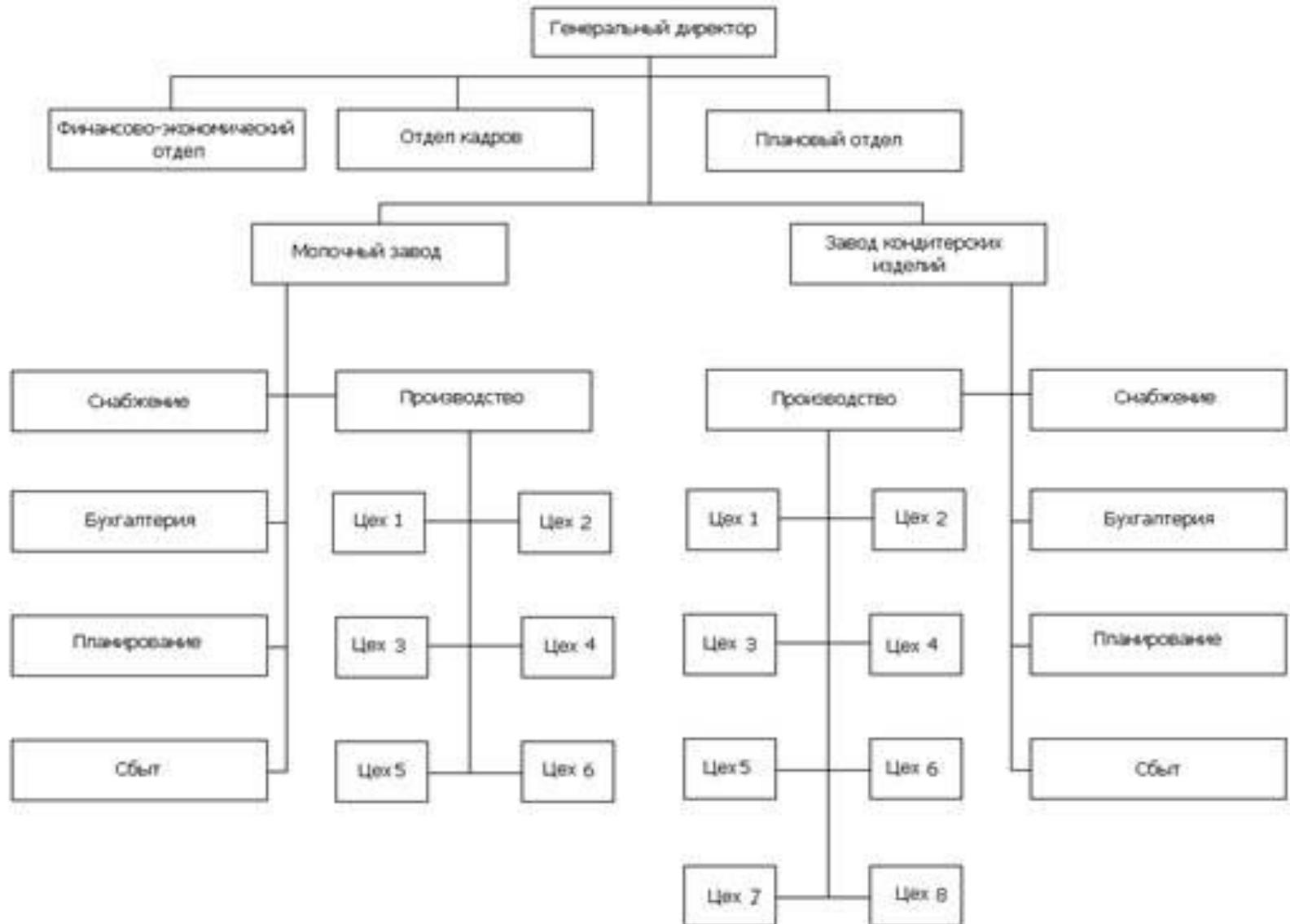
**M-форма** (*от английского multiproduct*) – характеризует фирму со многими подразделениями, выпускающую широкую номенклатуру продукции, включая производство промежуточных (полуфабрикатов) продуктов внутри фирмы.

Такая форма организации характеризуется высокими организационными издержками.

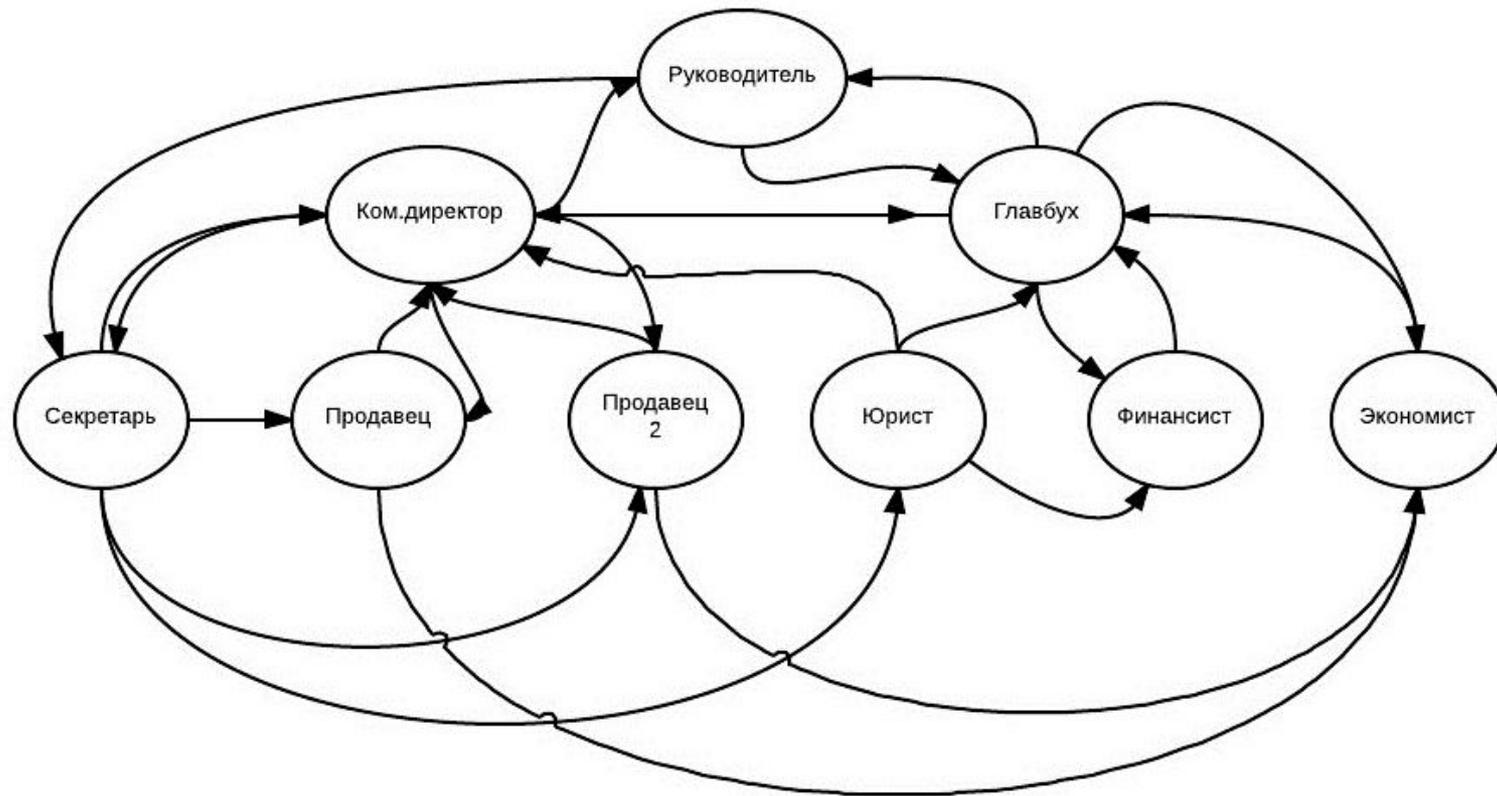
# M-форма



# M-форма

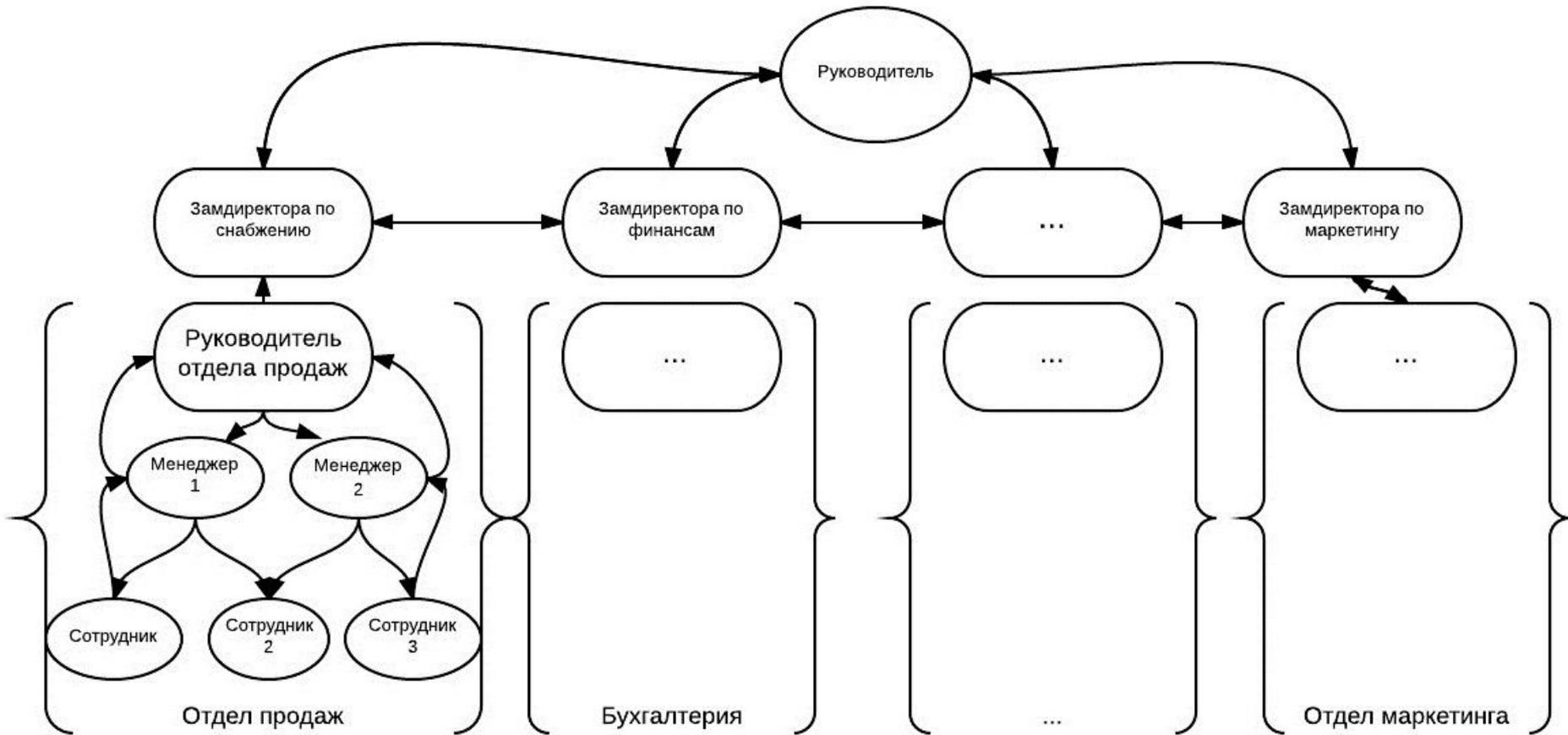


# M-форма



Аморфная система  
управления

# M-форма



Функциональная система  
управления



International  
Organization for  
Standardization

Система Менеджмента Качества

# СМК - система менеджмента качества

**Международная сертификация как способ  
повышения конкурентоспособности  
российской экономики**

# Сертификат соответствия международным стандартам серии ИСО 9000 является лучшей визитной карточкой любого предприятия



**PERRY JOHNSON REGISTRARS, INC.**

*Certificate of Registration*

*Perry Johnson Registrars, Inc., has assessed the Quality Management System of:*

**Akuna Health Products Inc.**  
5115 Satellite Drive, Mississauga, Ontario L4W 5B6 Canada

*(Hereinafter called the Organization) and hereby declares that Organization is in conformance with:*

**ISO 9001:2000**

*This Registration is in respect to the following scope of supply:*

**Manufacture of Natural Health Food Products**

*Such products shall be manufactured by the Organization at, or such processes or services shall be offered at or from, only the address given above. This Registration is granted subject to the system rules governing the Registration referred to above, and the Organization hereby covenants with the Assessment body duty to observe and comply with the said rules.*

For PIR:

*Terry Boboige*  
Terry Boboige, President

Perry Johnson Registrars, Inc. (PIR)  
26555 Evergreen, Suite 1340  
Southfield, Michigan 48076  
(248) 358-3388

**UKAS** Quality Management  
**MBMT SYS** RIA C18  
**ANAB** ACCREDITED  
**PERRY JOHNSON REGISTRARS, INC.**

*The validity of this certificate is mandated through ongoing surveillance.*

Issue Date: February 21, 2007      Expiration Date: February 20, 2010      Certificate #No: C2007-00590



**IO Net**  
THE INTERNATIONAL CERTIFICATION NETWORK

**CERTIFICATE**

IO Net and OQS  
hereby certify that the organization:

**JSC "URALSTINOL BIO"**  
RUS-620050 Yekaterinburg, Manevrovskaya Street 47

has implemented and maintains a  
**Quality Management System**  
which fulfills the requirements of the following standard:

**ISO 9001:2000**

Issued on: 2004-11-03  
Validity date: 2007-10-30  
OQS certified since: 2004-11-03  
Registration Number: AT-39789

*Dr. Andre Stouff*  
President of IO Net

*Walter Schindler*  
President of OQS

**OQS**

IO Net and OQS are not responsible for the accuracy of the information provided on this certificate. The validity of this certificate is subject to the terms and conditions of the IO Net and OQS certification rules. The IO Net and OQS are not responsible for the accuracy of the information provided on this certificate. The validity of this certificate is subject to the terms and conditions of the IO Net and OQS certification rules.

- это такой стиль управления предприятием (организацией), при котором налаживаются и улучшаются все сферы

**деятельности предприятия:**

**Качество предприятия,**

конкурентоспособность предприятия

**Качество управления,**

управляемость предприятия

**Качество процессов**

**Качество продукции / услуг**





Склад металлических заготовок. Беспорядок приводит к повреждению деталей.

Несоответствие по п. 7.5.5 стандарта ISO 9001:2008.

Внутренний аудитор СМК обнаружил, что прокладочные брусья расположены не на одной вертикали. Это приводило к деформации ДСП.



Во время внутреннего аудита СМК на складе было обнаружено отклонение от правил хранения электродвигателей.



После проведения внутреннего аудита СМК были выполнены корректирующие действия. Хранение улучшилось, потери уменьшились.





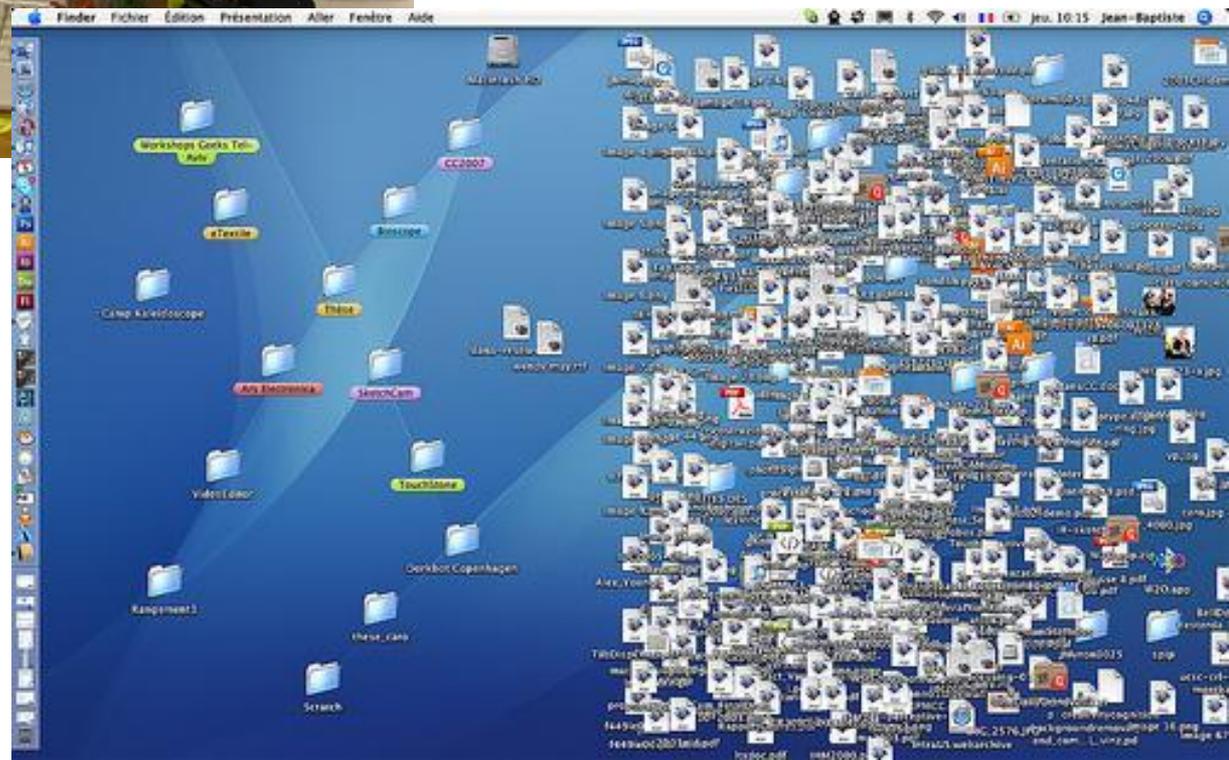
**пример качества**  
Архив проектной  
документации  
поддерживается в  
идеальном порядке

ЗАО «ПЛИТСПИЧПРОМ», г.  
Балабаново Калужской  
области. Так должны  
храниться подлинники  
конструкторской  
документации.





пример НЕкачества  
Рабочий стол  
менеджера.





# Администрация города Батайска

Разработка типового проекта  
системы менеджмента качества (СМК)

соответствии с международным стандартом ИСО 9001:2000,  
рекомендациями IWA 4 и внедрение его в

муниципальных образованиях Ростовской области (на основе опыта  
внедрения СМК в администрации города Шахты, 2006 год) (пилотная  
территория – г. Батайск)



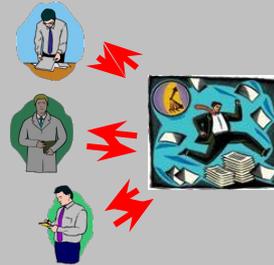


# Основные проблемы, существующие в органах местного самоуправления

*Отсутствие, либо недостаточность критериев оценки результативности или эффективности для государственных структур и государственных служащих*



*Отсутствие в большинстве случаев четких и ясных схем взаимодействия государственных служащих различных государственных структур при осуществлении деятельности*



*Слабое использование новейших технологий управления, современных методов анализа и решения проблем, лучшего зарубежного опыта*



*Отсутствие подробных регламентов и процедур деятельности по предоставлению государственных услуг*



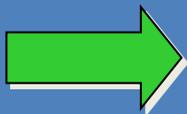


# Опыт внедрения СМК в администрации города Шахты

## Положительные результаты внедрения СМК в администрации города Шахты

### Сокращение срока прохождения документов

12  
месяцев



21  
день

### Уменьшение количества контактов с чиновниками

Не менее

32

Контактов с  
различными  
чиновниками



3

Контакта с  
одним и тем же  
специалистом





# Опыт внедрения СМК в администрации города Шахты

**Администрация г. Шахты Ростовской области – первый орган местного самоуправления в Российской Федерации, где внедрена и сертифицирована система менеджмента качества в соответствии с требованиями международного стандарта ИСО 9001:2000**



# Альтернативные теории фирмы

## 3. Теория принципала-агента



# Теория принципала-агента

**Принципал** – собственник фирмы

**Агент** – доверенное лицо (управляющий)

А. Берли и Г. Минз «Современная корпорация и частная собственность» - 1933г.

# Теория принципала-агента

В 1929 году только 11% процентов фирм в США контролировались владельцами капитала. Причины: укрупнение производства, финансирование осуществляется множеством собственников.

Отделение собственности от текущего контроля на крупных корпорациях порождает **конфликт интересов** между собственниками и управляющими.

# Теория принципала-агента

- **Цель собственника** – максимизация прибыли
- **Цели управляющих** – спокойное существование; увеличение своей власти, престиж, роскошь и траты на личные интересы;

Отделение собственности от контроля и возникновение профессионального интереса означает, что в действительности происходит разделение собственности на несколько компонентов: между **владением**, реализуемым посредством купли-продажи акций и получением дивидендов, и **распоряжением**, которое проявляется в текущем функционировании компании.

# Асимметрия информации

Конфликт между интересами собственников и менеджерами углубляется благодаря *асимметрии информации*. Поскольку управляющие находятся ближе к производству, они располагают большей информацией относительно положения дел фирмы.

Проблема **оппортунистического** (с точки зрения собственников) поведения управляющих решается путём **контроля** за деятельностью менеджеров.

# Способы контроля за деятельностью управляющих

1. Деятельность совета директоров.
2. Решения общего собрания акционеров.
3. Угроза банкротства фирмы.
4. Угроза слияния или поглощения.
5. Конкуренция на рабочем месте.
6. Денежные поощрения управляющих.
7. Репутация менеджера.



Редакция Forbes



36

# 25 самых дорогих топ-менеджеров России — 2013

Рейтинг 25 самых высокооплачиваемых руководителей российских компаний Forbes составляет во второй раз. Как и год назад, на вершине списка оказались топ-менеджеры из госсектора. Они зарабатывают больше, чем их коллеги в частном бизнесе, и отрыв продолжает расти.

Возглавил рейтинг президент «Роснефти» Игорь Сечин. По оценке Forbes, бывший вице-премьер за полноценный год работы в бизнесе получил доход в \$50 млн. В топ-3 списка вошли также глава ВТБ Андрей Костин и председатель правления «Газпрома» Алексей Миллер. Они заработали за прошедший год \$35 млн и \$25 млн соответственно.

Совокупный доход 25 самых дорогих руководителей компаний в России в отчетный период вырос на треть и составил \$325 млн. В среднем участник рейтинга заработал \$13 млн. Подробнее о топ-менеджерах читайте в фотогалерее, о методологии рейтинга — в материале «Государева щедрость».



1 из 25

фото ИТАР-ТАСС

[Купить свежий номер](#)

## Самое читаемое

[За сутки](#) [За неделю](#) [За месяц](#)

Назад в 90-е: чем грозит России ограничение движения капитала	11775
Минтруда выступило против отмены материнского капитала	9956
Прощай, оружие: военная техника, которую уберут с линии фронта на Украине	8987
Путин пообещал не ограничивать доступ в интернет	8533
Долой потребление: как прожить год без покупок	7206

## Блоги Forbes



Ручная работа: можно ли заработать на возрождении промыслов →

Виктория Костоева

[Все блоги →](#)

## Опрос

Чем дело «Башнефти» похоже на дело ЮКОСа?

Проголосовало 234 человека

Атака на Евтушенкова в точности повторяет атаку на Ходорковского

13%

Дела во многом похожи, но в случае «Башнефти» нет политики

12%

## **ВЫВОД ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО (контрактного) подхода**

- Внешние трансакционные издержки способствуют росту фирмы, включению в неё все большего числа видов деятельности
- Издержки во внутренних контрактах ограничивают рост фирмы, создавая стимулы для снижения числа звеньев иерархического управления

# Стратегическая концепция фирмы

**Фирма – активный  
субъект, реализующий  
на рынке свою  
СТРАТЕГИЮ**

МАРКЕТИНГОВУЮ  
ПРОДУКТОВУЮ  
ЦЕНОВУЮ и т.д.

**Стратегические  
факторы:**

Цена

Качеств и объемы выпуска

Схема продаж

Схема поставок

Отношения с персоналом

# Стратегическая концепция фирмы

- Стратегии компаний при определенных условиях воздействуют на структуру рынка
  - В том случае, если действующие на рынке продавцы могут повышать издержки входа для новичков
  - В этом случае размер укоренившихся компаний может с ростом рынка расти благодаря стратегии «не допустить новичка»
- Стратегический подход предполагает, что активная фирма становится активным участником отраслевой, микро- ( а иногда и макро- ) экономической политики государства

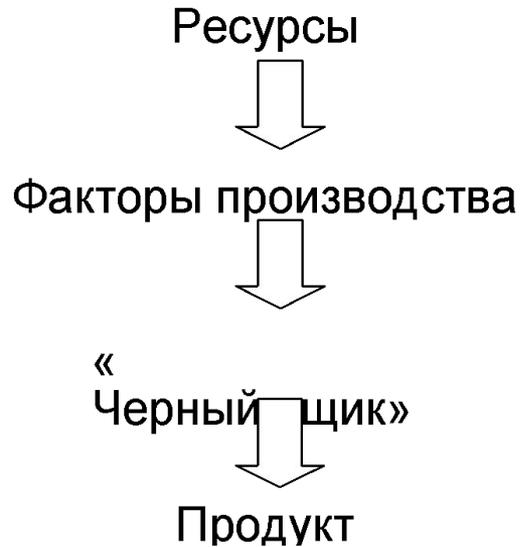
# Технологическая концепция фирмы

- основной подход для микроэкономического анализа
- фирма рассматривается как структура, оптимизирующая издержки при данном выпуске, что обусловлено технологическими особенностями производства
- **минимальные издержки** фирмы в сопоставлении с величиной отраслевого спроса определяют **минимально эффективный размер** фирмы.



***Чем больше минимально эффективный размер фирмы по сравнению с емкостью рынка, тем меньшее число фирм является эффективным с технологической точки зрения для данной отрасли.***

# Технологическая концепция фирмы



## Факторы производства:

- Труд
- Капитал
- Земля
- Управление (предпринимательская способность)

# Технологическая концепция фирмы

Динамика издержек (формы кривых издержек) определяют технологическую границу фирмы, горизонтальную и вертикальную границы роста фирмы

Горизонтальная граница понимается в двойном смысле: как объем выпуска одного продукта (пределы роста однопродуктовой фирмы) и как товарное многообразие в рамках одной фирмы.

## Субаддитивность издержек

(суб – это приставка от лат. Sub (под-), означающая подчиненный, второстепенный, переходный)

**Горизонтальный размер фирмы определяется положительным эффектом масштаба - степенью субаддитивности издержек.**

Если мы имеем дело с многопродуктовой фирмой, то надо принимать во внимание субаддитивность издержек.

**Издержки являются субаддитивными**, если они меньше при совместном выпуске нескольких товаров, чем при их отдельном производстве в рамках различных фирм.

$$\sum TC(q_i) > TC(\sum q_i)$$

где  $\sum TC(q_i)$  – совокупные издержки при выпуске нескольких товаров в рамках отдельных производств  
 $TC(\sum q_i)$  – совокупные издержки совместного выпуска тех же товаров.

# Субаддитивность издержек

**Субаддитивность издержек определяет также вертикальные границы фирмы.**

фирма может выбирать между покупкой на рынке продуктов последовательных стадий переработки (полуфабрикатов) или производством их внутри фирмы.

Фирма будет вертикально интегрирована со звеньями, производящими полуфабрикаты, если издержки их совместного производства меньше, чем при их покупке.

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

$q_1$  и  $q_2$  – продукты последовательных стадий переработки.

**Поэтому уменьшение субаддитивности издержек ограничивает вертикальный рост фирмы.**

# Альтернативные теории фирмы

## 4. Альтернативные цели фирм



# Модель максимизации дохода фирмы Уильяма Джека Баумоля (W. Baumol)

Максимизация продаж или общей выручки

Выпуск при максимизации прибыли будет меньше, чем выпуск при максимизации выручки

$$MR = MC > 0 \quad MR = 0 \quad \frac{dMR}{dQ} < 0$$

$$\text{т.к. } MR(Q_1) > MR(Q_2) \Rightarrow Q_1 < Q_2$$

# Модель Баумоля

## гипотеза максимизации продаж

фирмы не реагировали на изменение ситуации так, как предсказывала ортодоксальная теория. Их целью была максимизация выручки от продаж *практически вне зависимости от затрат, которые они при этом несли*

Но поскольку в конечном счете издержки все-таки имеют большое значение, Баумоль выдвинул гипотезу, согласно которой фирмы стремятся максимизировать объем продаж, если минимальная расчетная прибыль уже получена

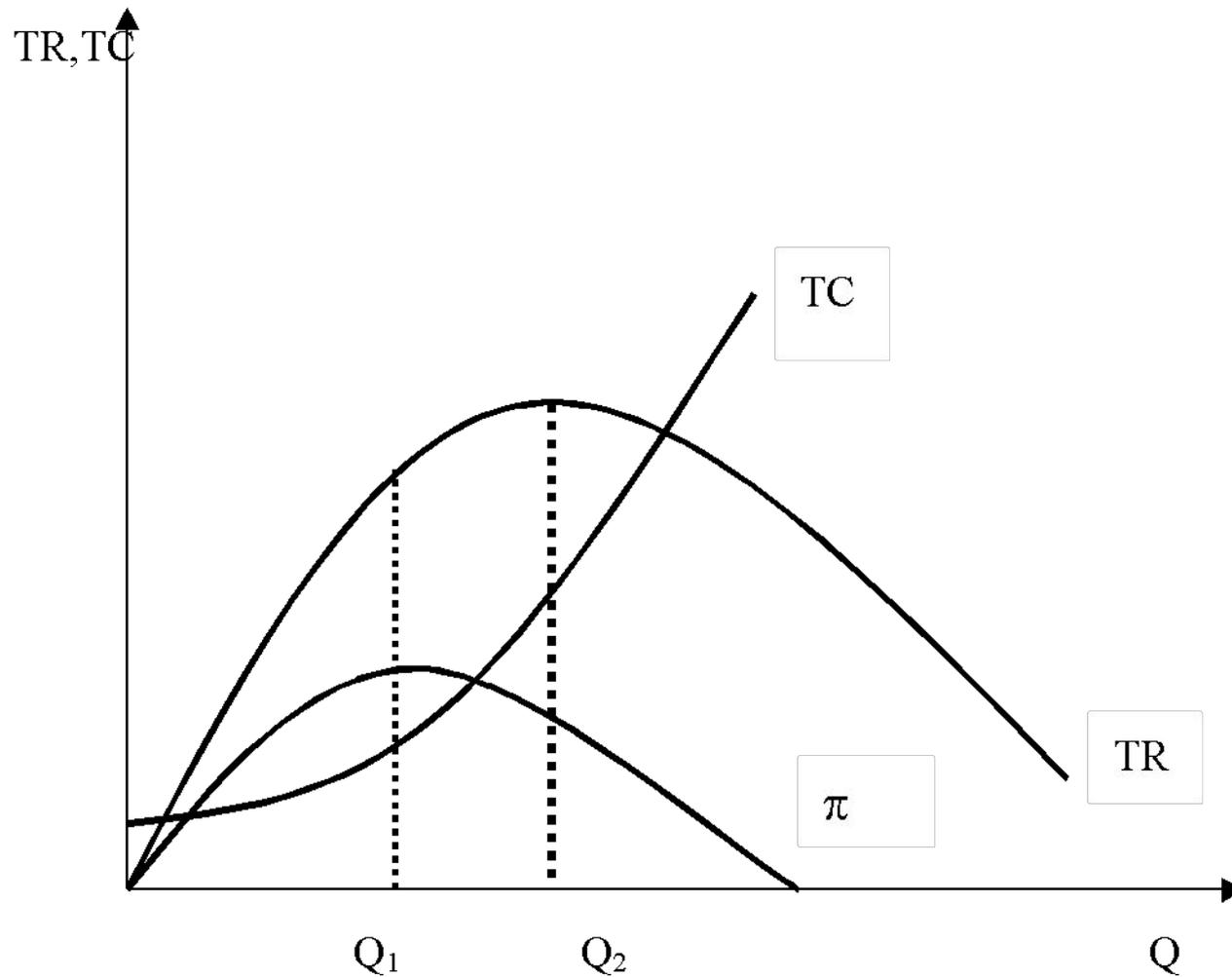
# Модель Баумоля

Таким образом, фирмы, действующие на расширяющемся рынке, ведут себя не так, как должны вести себя максимизирующие прибыль.

Гипотеза Баумоля произвела на профессиональных экономистов большее впечатление, чем доводы более ранних критиков теории максимизации прибыли.

Следствия этой гипотезы максимизации продаж были исследованы другими авторами, и результатом дискуссии стал вывод, что стандартная теория максимизации прибыли не может более оставаться единственным объяснением ценообразования в краткосрочном периоде, ее следует заменить или, по крайней мере, дополнить *теорией максимизации продаж*.

# Модель Баумоля



# Модель Баумоля

Для менеджеров снижение выручки до объёмов максимизации прибыли невыгодно по следующим причинам:

1. Падение привлекательности фирмы.
2. Потери дистрибьюторов и сокращение каналов сбыта.
3. Снижение рыночной власти.



## Модель Оливера Уильямсона

В подходе О. Уильямсона принимается ограничение прибыли по типу модели В. Баумоля.

Модель Уильямсона основана на предпочтении расходов, в ней детально изучается **дискреционное** (*дискреционный – действующий по своему усмотрению*) поведение, проявляемое управляющими.

# Модель Уильямсона



# Модель Уильямсона

Формально функция полезности фирмы по О. Уильямсону содержит:

- 1.  **$S$  – избыточные расходы на штат** ( $\pi_{\max} - \pi_A$ ) – разность между максимальной и реальной прибылью  $\pi_A$ .
- 2.  **$M$  – управленческую слабину** ( $\pi_A - \pi_R$ ) – разница между реальной прибылью и объявленной (отчетной) прибылью, которая по существу поглощается управляющими в натуральной форме.
- 3.  **$I$  – дискреционные инвестиционные расходы** – величина, превышающая те расходы, что необходимы для поддержания минимально допустимого для акционеров уровня прибыли  $\pi_{\min}$ ,  $I = (\pi_R - \pi_{\min} - T)$ .

# Модель Уильямсона

Преследование этих целей ограничено необходимостью сохранения приемлемого уровня отчетной прибыли. Это можно обобщить, пользуясь приведенными обозначениями и  $T$  как общей суммой налогов:

$$U = f(S, M, I) \rightarrow \max$$

$$\pi_R \geq \pi_{\min} + T$$

# Модель Уильямсона

В дополнение к объёму выпуска  $Q$  управляющие могут выбирать  $S$ , которые определяют цену и реальную прибыль;  $M$ , которая определяет отчетную или объявленную прибыль,  $I$  – определяется однозначно, т.к. минимальная прибыль и уровень налогов заданы.

Модель решается подстановкой значений  $S$ ,  $M$ ,  $I$  в функцию полезности с последующим дифференцированием и приравниванием к нулю производных по  $Q$ ,  $S$ , и  $M$ . **Это показывает, что у такой фирмы будут более высокие расходы на штаты и большая управленческая слабина, чем у фирмы, максимизирующей прибыль.**

# Альтернативные теории фирмы

## 5. Модель самоуправляющегося предприятия

# Модель самоуправляющегося предприятия

Для работников, владеющих фирмой, целью будет **максимизация дохода на одного занятого.**

Если работники занимают доминирующее положение внутри фирмы (например, владея контрольным пакетом акций), политика фирмы также будет нацелена на максимизацию дохода, получаемого каждым работником фирмы.

# Модель самоуправляющегося предприятия

Пусть производственная функция выпуска фирмы зависит от двух факторов

- труда  $L$  и
- капитала  $K$ .

Рассмотрим решение фирмы в краткосрочном периоде, предполагая, что предельная производительность труда снижается с ростом его использования.

# Доход на одного работника

Доход одного работника составляет:

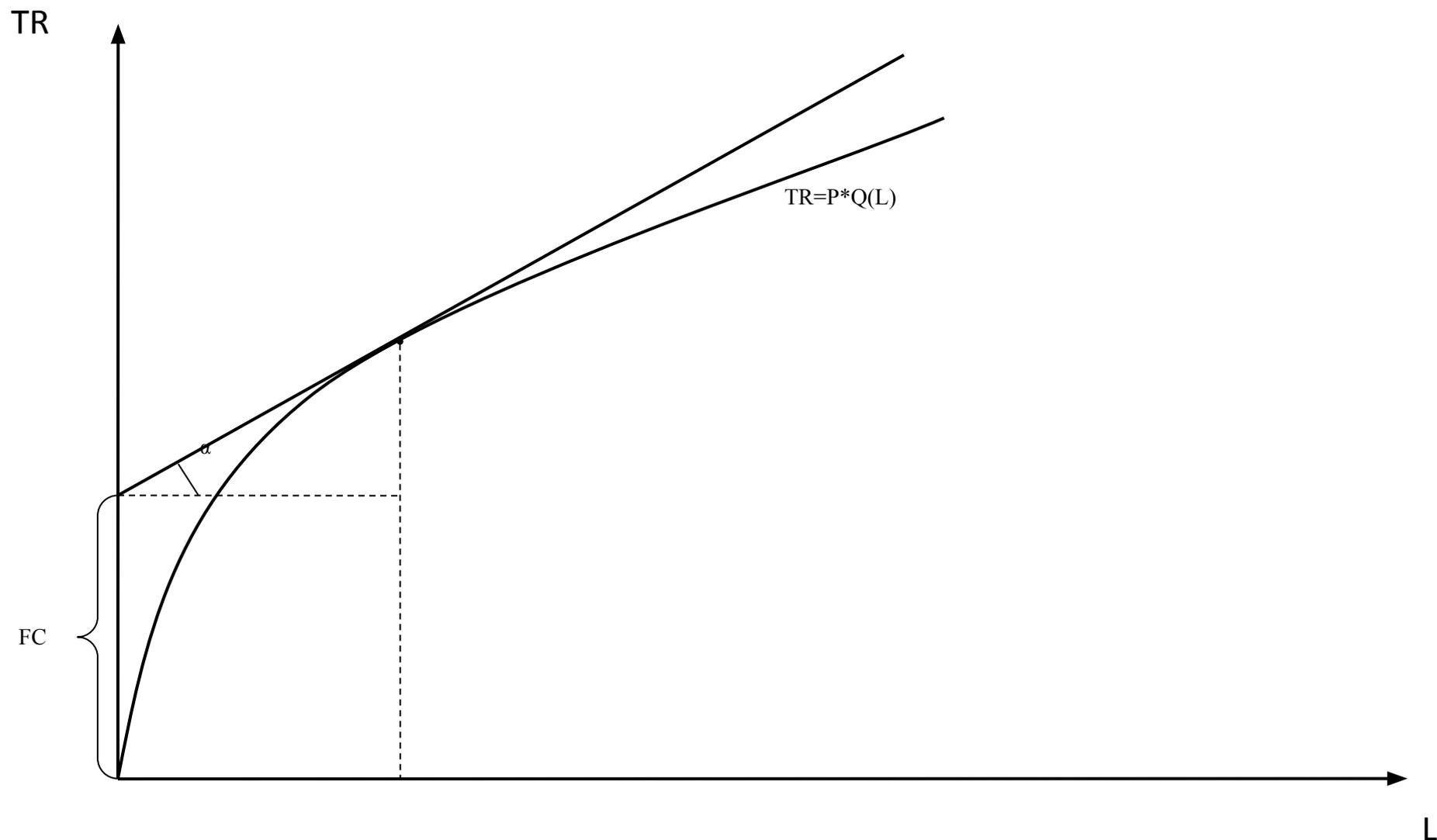
$$\frac{Pq - rK}{L}$$

- где  $P$  – цена товара;
- $q$  – объём выпуска;
- $K$  – объём использования капитала;
- $r$  – ставка арендной платы за использование единицы капитала;
- $L$  – число работников фирмы (объём использования труда).

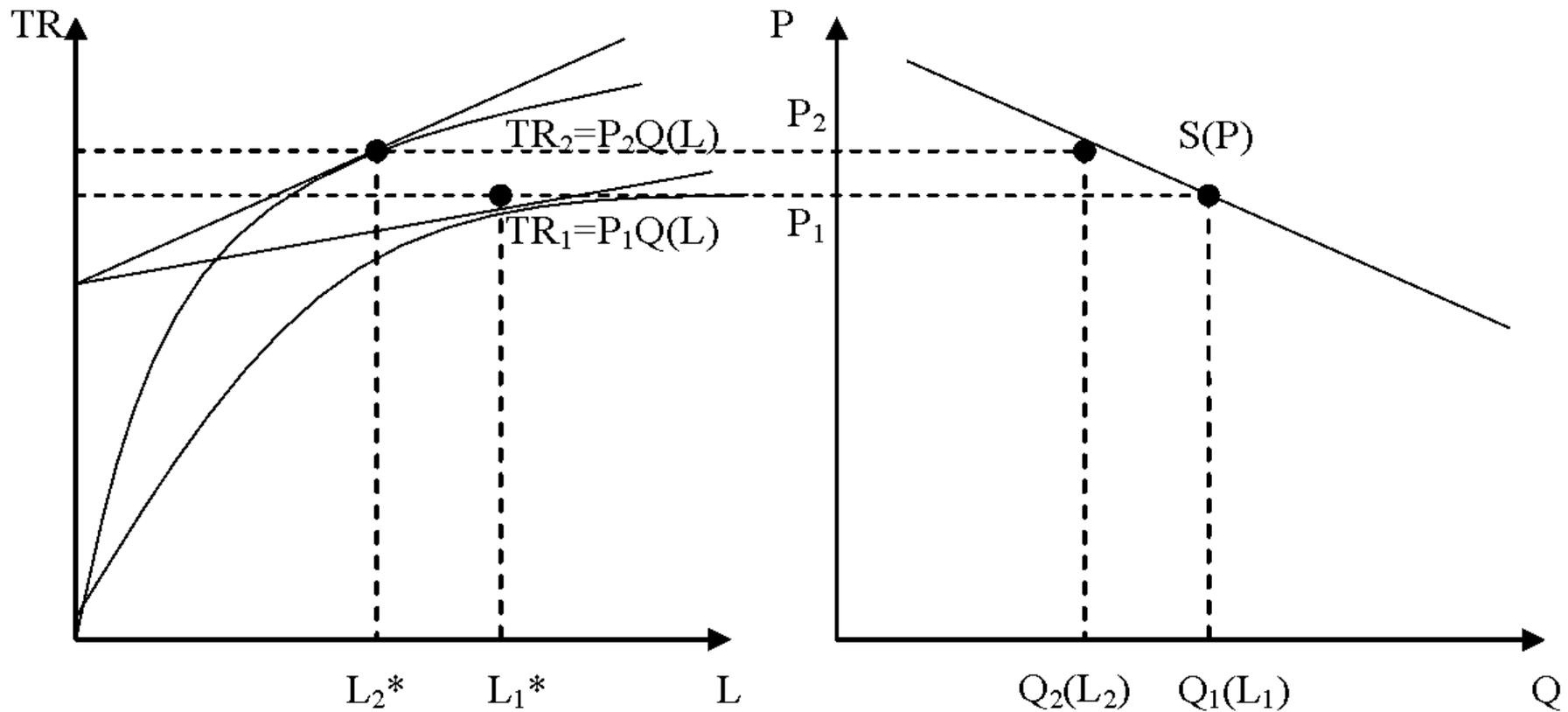
# Максимизация чистой выручки на одного работника

Фирма выбирает такой объём использования труда, который **максимизирует чистую выручку** (выручку за вычетом расходов на капитал), составляющую источник дохода трудового коллектива **на одного работника**. Графически чистая выручка на одного занятого отражается тангенсом линии, соединяющей точку на кривой общей выручки, с точкой общих расходов на капитал.

# Чистая выручка на одного работника



# Предложение самоуправляющегося предприятия



Повышение цены товара вызовет снижение занятости внутри самоуправляющейся фирмы, а следовательно, снижением объема предложения.

**Отсюда кривая предложения самоуправляющейся фирмы будет иметь отрицательный наклон.**

# Основные выводы

1. Разные теоретические подходы (неоклассический, технологический, контрактный (институциональный), стратегический не только по-разному *объясняют* размер компании, но и по-разному *определяют* объект анализа
2. Многообразие концепций фирмы показывает, что они не заменяют, а дополняют друг друга
3. При анализе размеров фирм важны не только «объективные» (технологические) факторы, но и дополнительные издержки, связанные с контрактами (транзакционные издержки)
4. Трансформация фирмы проявляется в росте ее размеров, диверсификации производства, разделении функций собственности и управления, усложнении организации, изменении технологической базы производства
5. Трансформация фирмы влечет за собой появление альтернативных целей различных групп участников фирмы

**Спасибо за  
внимание!**