

Теория фирмы



Тема 1. Предмет и метод теории фирмы

Рисунки из книги А.Моруа «Управлять по-русски». С-Пб 2005

Вопросы

- Неоклассическая теория фирмы. Достоинства и недостатки неоклассической теории фирмы.
- Значение организации
- Альтернативные теории фирмы: особенности предмета и метода
- Бихевиористские, управленческие и институциональные теории фирмы



Определение фирмы

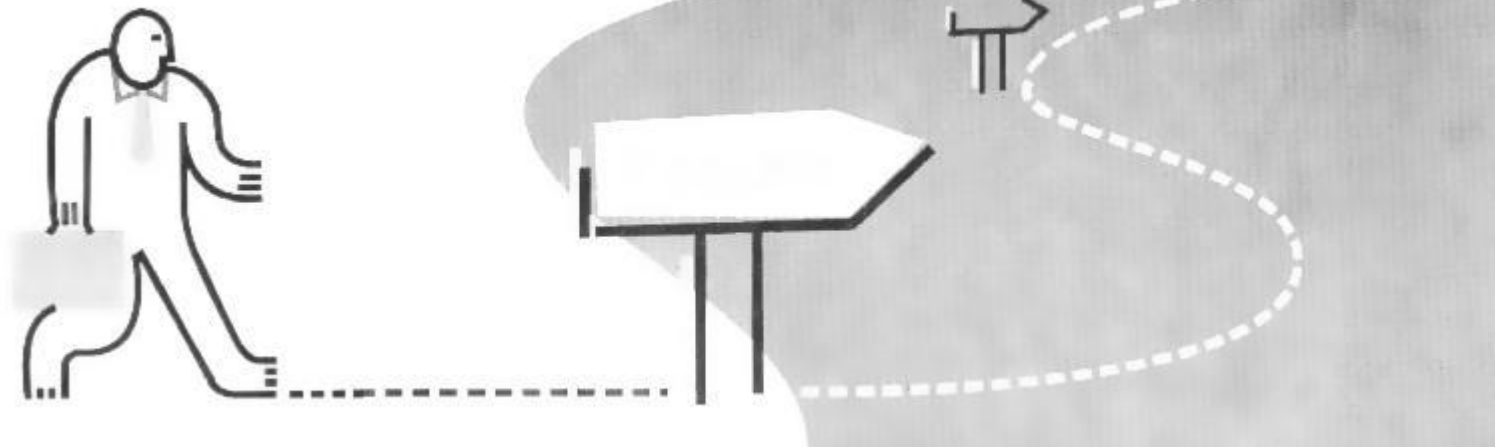
Первичная организационная единица бизнеса, обладающая

- **юридической самостоятельностью:** фирма является юридическим лицом, зарегистрированным в соответствующих органах страны;
- **производственной самостоятельностью:** фирма самостоятельно решает, что, где и каким образом производить и продавать;
- **финансовой самостоятельностью:** фирма самостоятельно распределяет получаемый доход;
- **организационной самостоятельностью:** фирма самостоятельно выбирает тип внутренней организации.

(Н.М.Розанова, И.В.Зороастрова Микроэкономика фирмы)

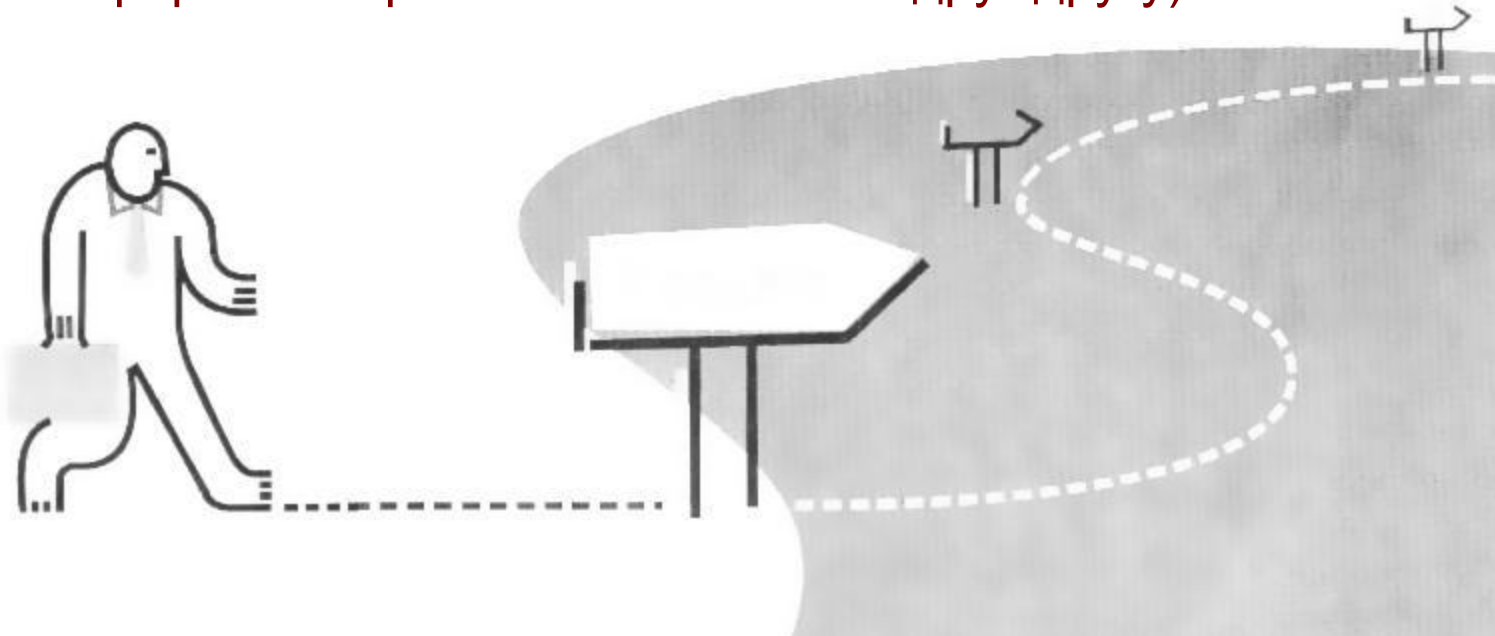
Неоклассическая теория фирмы (1)

- Теория фирмы – центральный раздел микроэкономики. Анализ начинается с отдельной фирмы, а не отрасли
- Поведение фирмы можно описать с помощью производственной функции, которая определяет нацеленность фирмы на максимизацию прибыли
- Две предпосылки внутрифирменной эффективности:
 - 1) Из всех возможных комбинаций факторов производства фирма выбирает ту, которая обеспечивает максимальный выпуск продукции
 - 2) Если цены факторов заданы, то фирма выбирает комбинацию факторов с наименьшими издержками для каждого объема выпуска продукции



Неоклассическая теория фирмы (2)

- «Фирма» - теоретическое звено для объяснения связи между причиной (изменение ставок процента, зарплаты, налогов, технологии) и следствием (изменение в ценах)
- Хорошо работает в моделях с большим числом фирм (совершенная конкуренция, монополистическая конкуренция)
- Фирма - неотъемлемая часть рынка, элемент его структуры (рынок и фирма не противопоставляются друг другу)



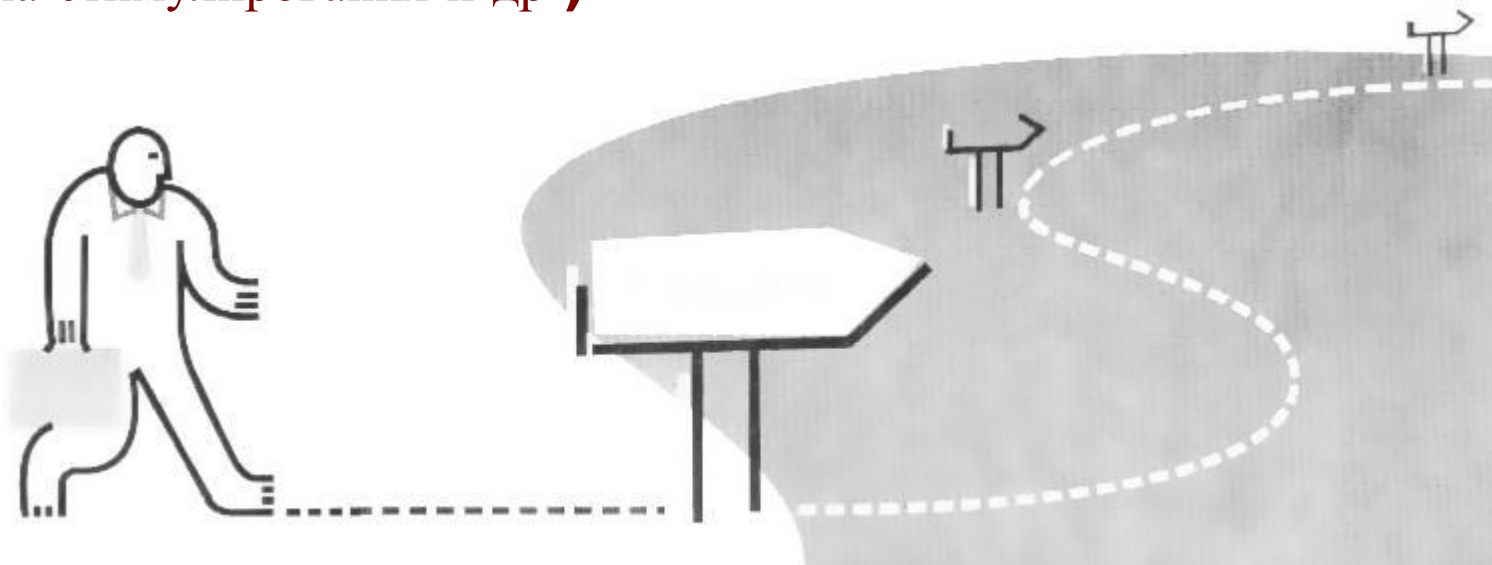
Дискуссии 1930-1940-х гг.

- «Фирма» в неоклассической теории отличается от того, что представляет собой «фирма» в реальном мире
- Многие интересные проблемы фирмы игнорируются (что производит, что покупает, какова внутренняя организация, внутрифирменное управление)
- Маржиналистский анализ несостоятелен, от него надо отказаться, особенно в области теории цен, издержек, зарплаты и занятости



Дискуссии 1950-1975 гг.

- Разработаны новые подходы к проблемам организации фирм и рынков
- Фирма – самостоятельное, исключительно интересное явление
- Многие фирмы в реальной жизни – крупные иерархические структуры со сложным внутренним устройством
- Объектом исследования становится внутренняя организация фирмы (организационная форма, внутреннее управление, система стимулирования и др.)



Значение организации (пример 1)

Исходная ситуация

- **1921 г.** Компания «Дженерал моторз» (**GM**) производит несколько моделей и находится в кризисе
- Организационная структура – совокупность сборочных заводов и производителей комплектующих без единого центра
- Главный конкурент –компания «Форд» производит одну модель, на которую снизил цены на **25%**, увеличив свою долю рынка в США до **55%**
- Продажи **GM** упали на **75 %**, доля рынка составила **15%** по всем моделям



Значение организации (пример 1)

Альфред Слоун, новый управляющий:

«**GM** должна производить разные автомобили для разных сегментов»

Для этого необходимо было иметь

- Разработки новых машин
- Новых дилеров
- Рыночную информацию о разных сегментах
- Отдельные подразделения, специализирующиеся на производстве определенного типа автомобилей
- Разных поставщиков
- Высокую степень координации всех действий



Новая структура

- Дивизионная структура
- Каждое подразделение производит и продает автомобиль на отдельном сегменте рынка
- У каждого подразделения – свой собственный менеджмент для оперативного руководства
- Центральный офис осуществляет



Аудит



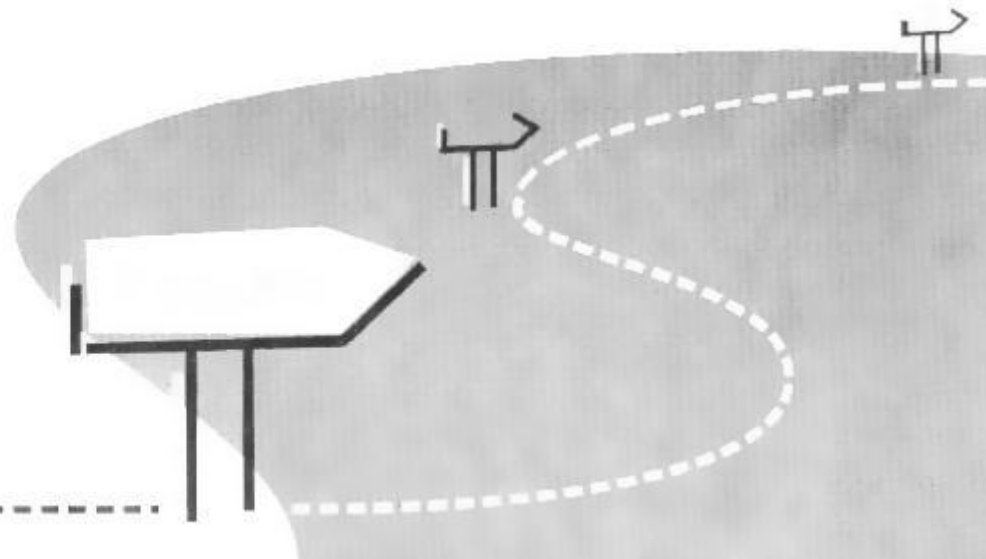
Планирование



Разработку общей стратегии

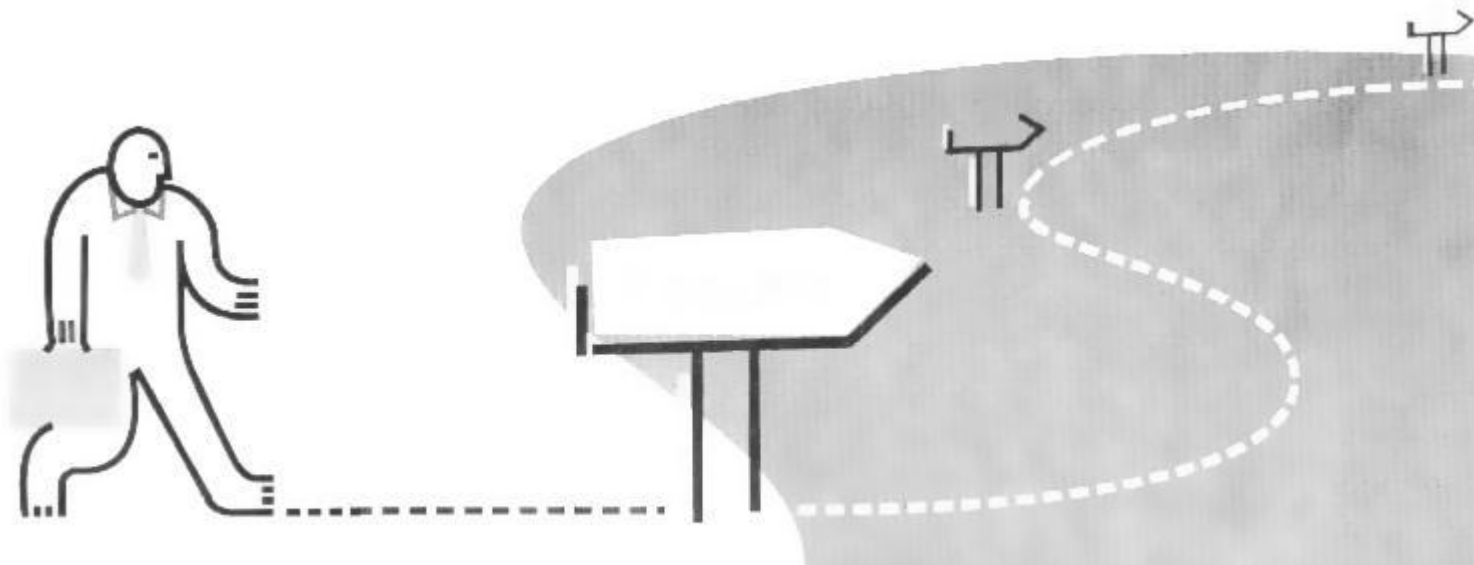


Наблюдение за рынком



Результаты

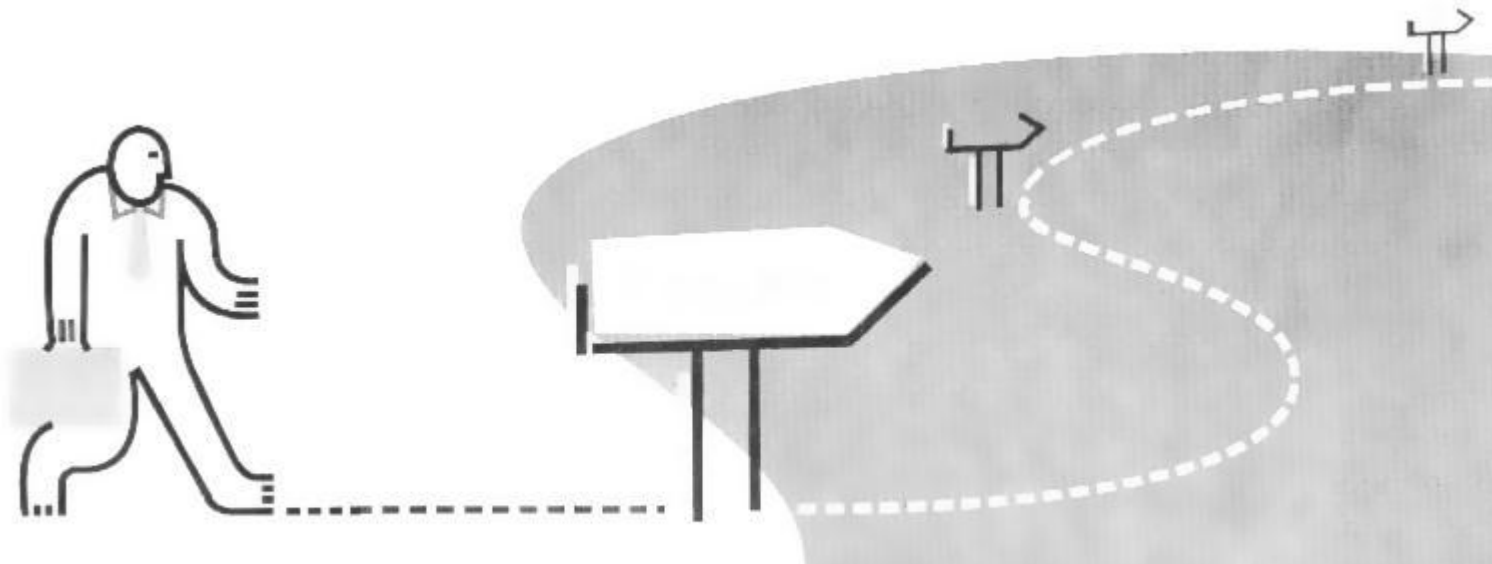
- Экономия на масштабе
- С **1927** г. по **1937** г. Рыночная доля **GM** выросла до **45%**, у Форда упала до **16%**
- Новая структура подготовила плацдарм для расширения ассортимента продукции (от грузовиков до кухонной техники)
- Дивизионная структура в настоящее время является стандартом для большинства корпораций



Значение организации (пример 2)

Исходная ситуация

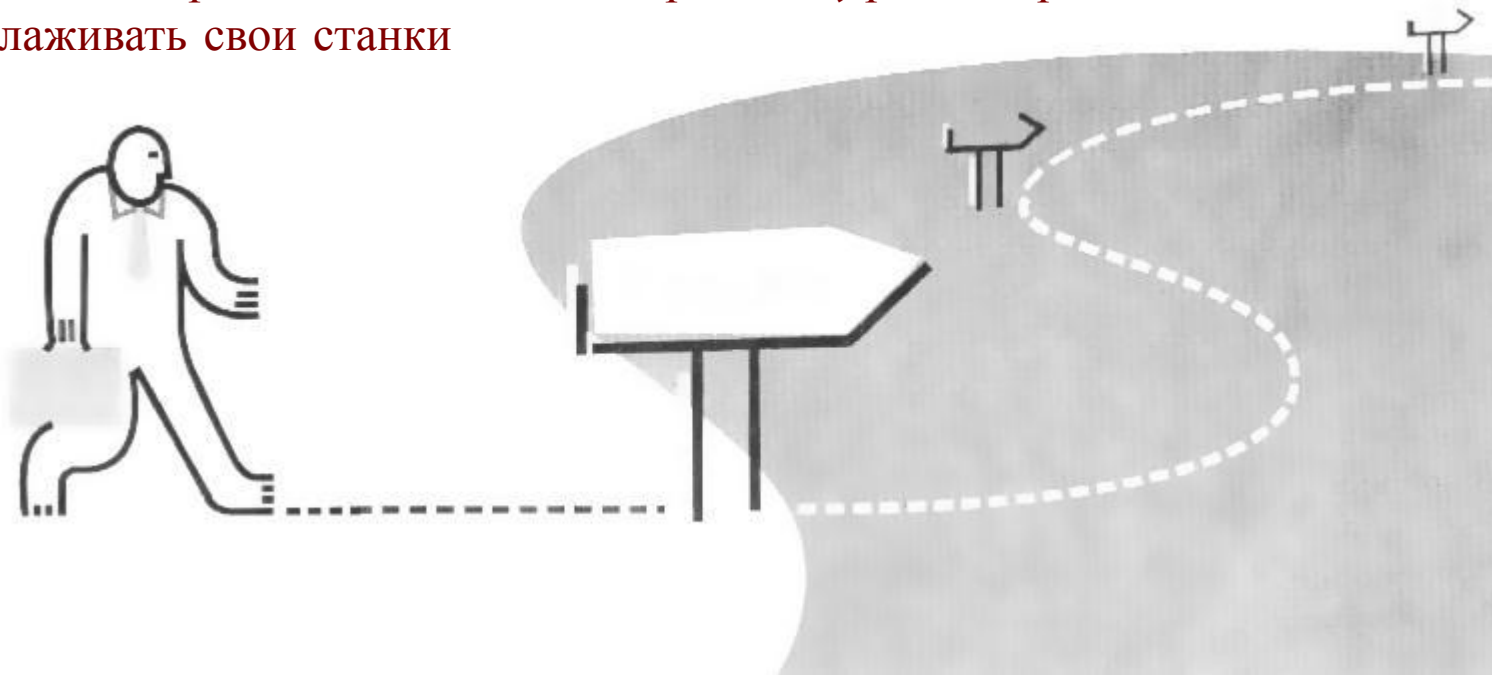
- **1950-е гг.** Компания Тойота – небольшой автопроизводитель
- По сравнению с американскими автоконцернами
 - Мало капитала
 - Небольшие размеры
 - Невозможность конкурировать с США по ценам



Новая структура

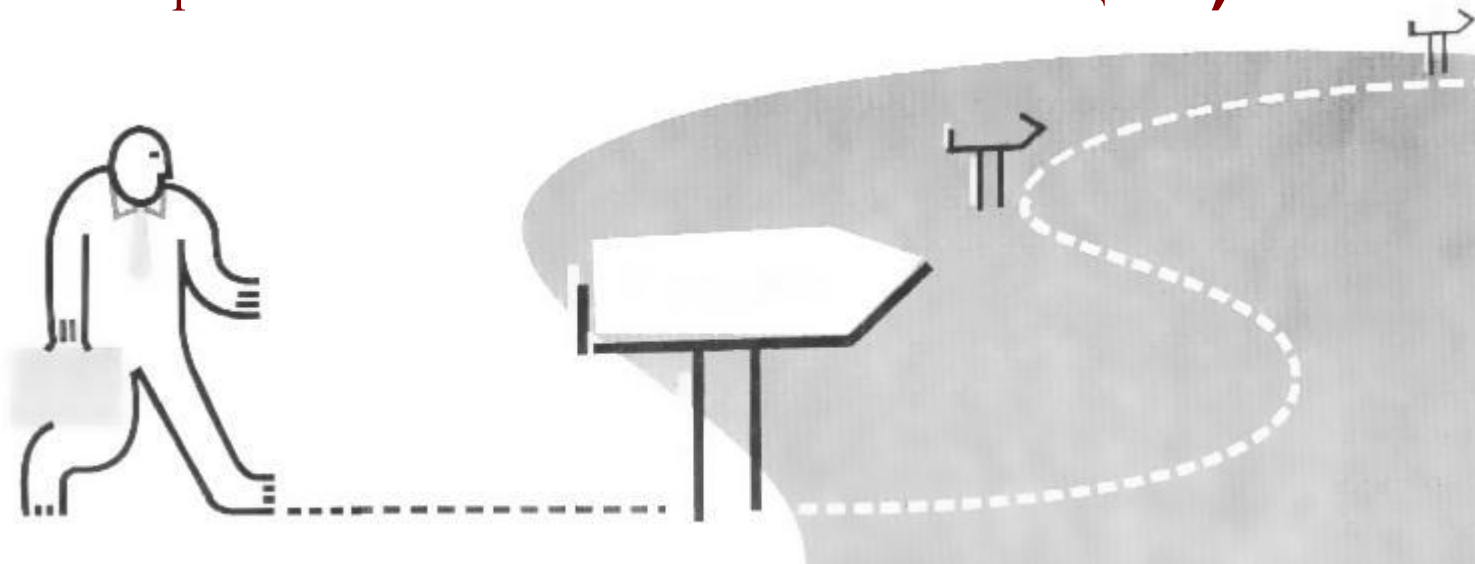
Ейджи Тоёда и Таиши Оно

- Новая структуру «канбан» или **«just-in-time»**
- Ликвидация всех промежуточных складов. Для этого:
- Повышение надежности всех производственных процессов
- Более тесные связи с поставщиками
- Обучение мастеров станочников поддерживать, ремонтировать и перенастраивать свои станки



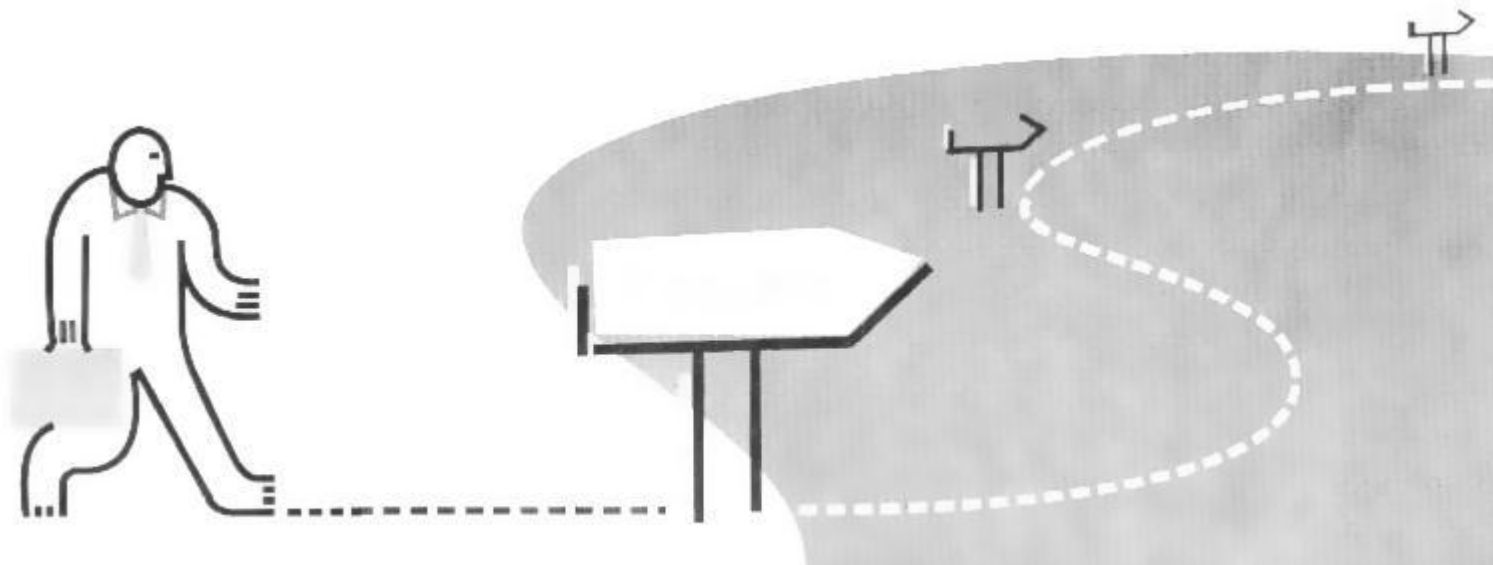
Результаты

- Экономия на разнообразии. Лидерство в использовании промышленных роботов
- К началу **1970-х** Тойота завоевывает значительную часть рынка
- Более частая, чем в США смена моделей, в каждой модели – существенной улучшение
- Тесная связь с внешними поставщиками (долгосрочные контракты с небольшим количеством поставщиков вместо простых контрактов с большим количеством поставщиков)



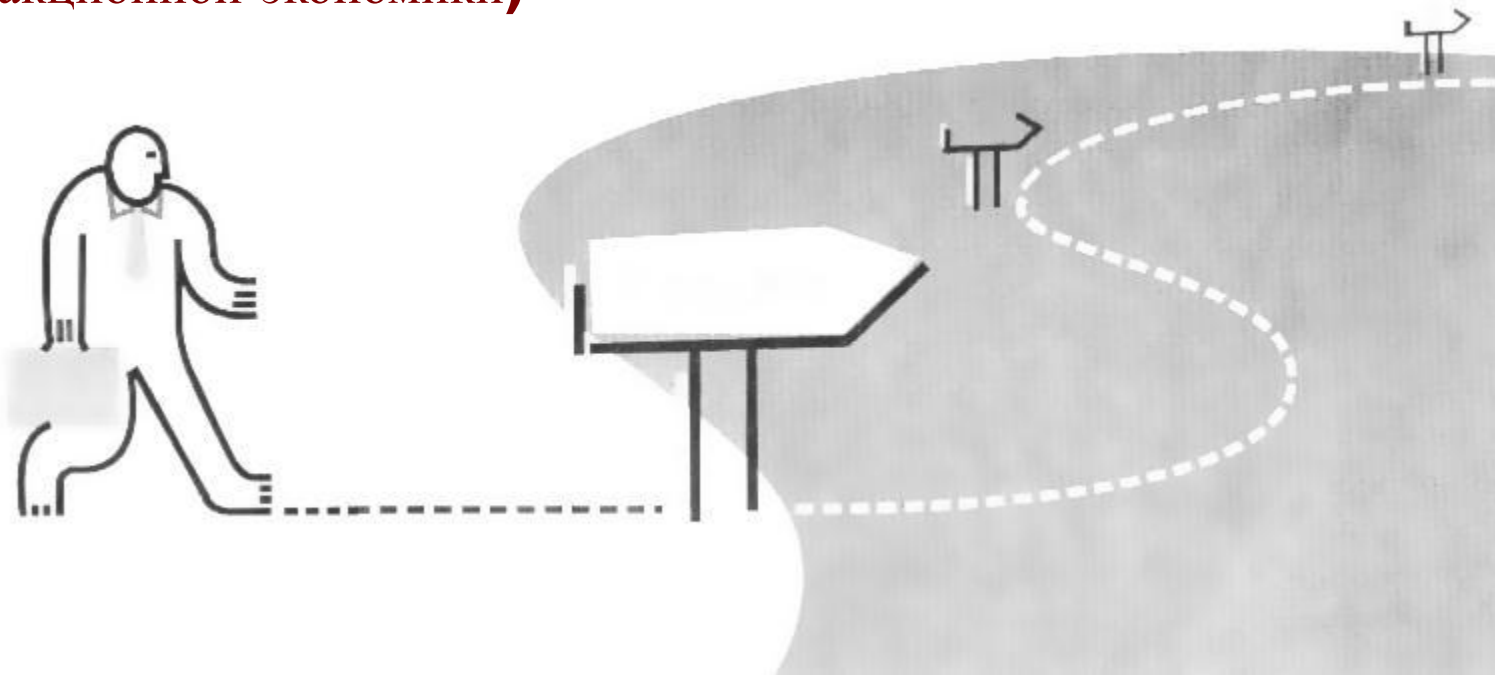
Выводы

- Организация, наряду с технологией, издержками и спросом, имеет большое значение в определении успеха фирмы
- Несмотря на более продвинутую технологию, большие ресурсы и преимущества масштаба, Форд моторз проиграл **GM**
- **GM**, в свою очередь, отдала часть рынка Тойоте, которая исходно была меньше и технологически слабее



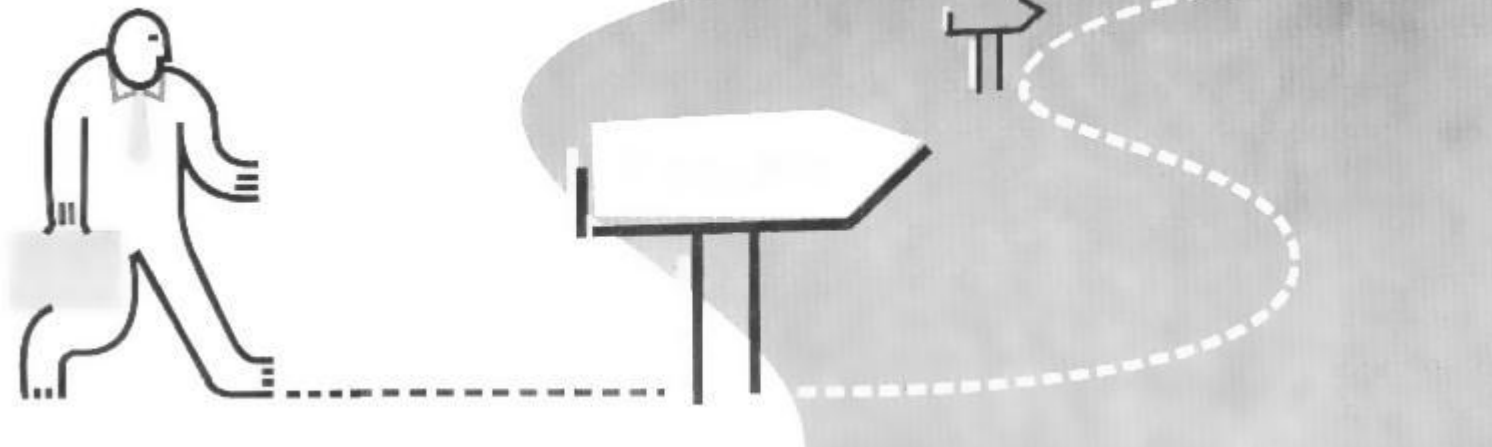
Альтернативные теории фирмы

- Бихевиористские теории (Ричард Сайерт, Джеймс Марч, Ричард Нельсон)
- Модели управления (Дж. Баумоль, Робин Мэррис)
- Управленческий маржинализм (О. Уильямсон)
- Институциональные теории (прав собственности, агентов, трансакционной экономики)



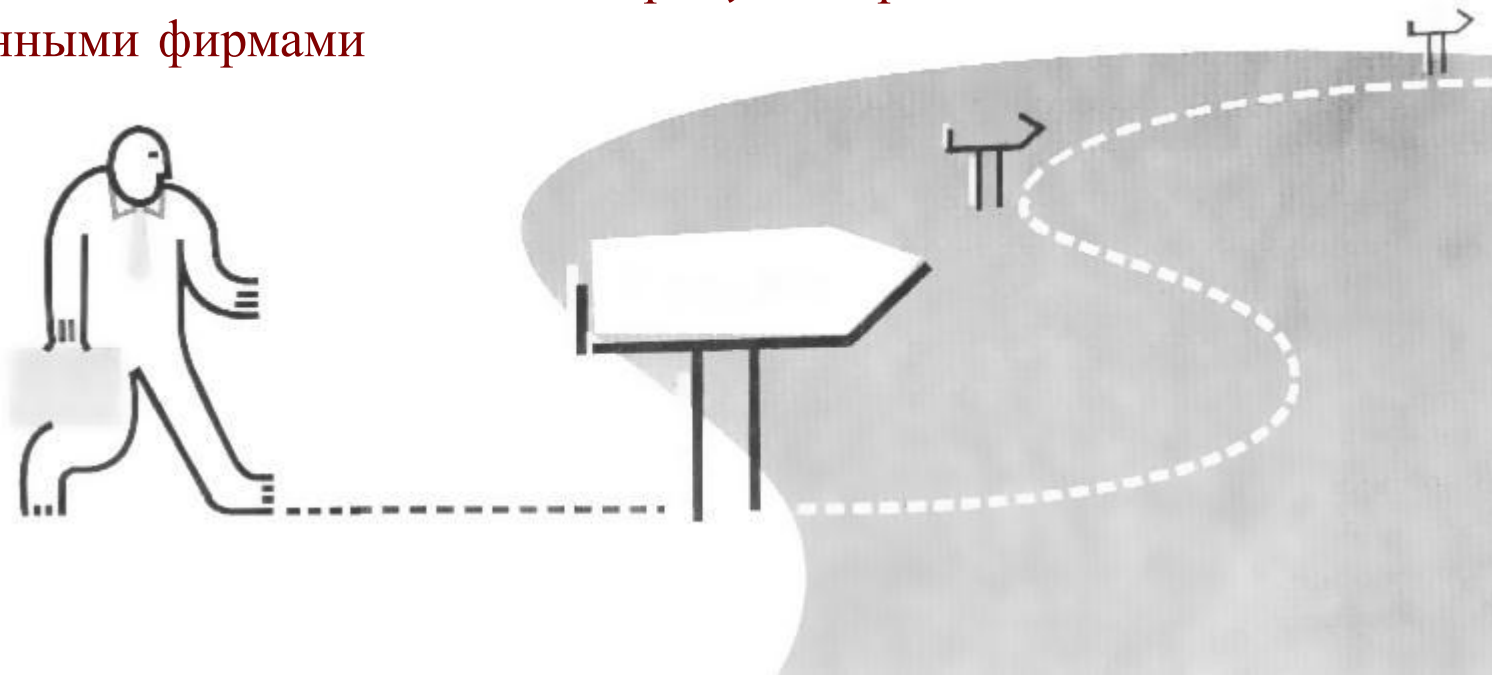
Основные пункты разногласий между различными теориями фирмы

- метод исследования поведения фирмы
- факторы, объясняющие наличие в экономике фирм и фирм разного размера
- факторы, объясняющие уровень концентрации в экономике в целом и в отдельных отраслях
- определение целей деятельности фирмы
- объяснение разнообразия организационных форм фирмы
- выбор ведущих поведенческих характеристик фирмы
- общий механизм функционирования фирмы



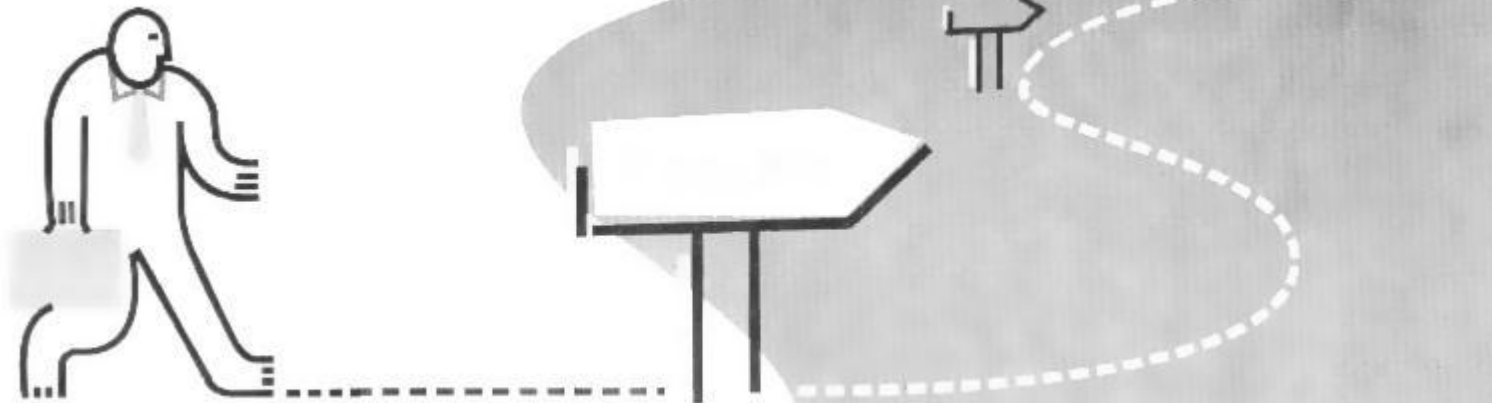
Бихевиористские теории

- Отказ от предварительных гипотез и предположений
- Наблюдение и изучение реальных процессов и последовательности действий
- В центре внимания – деятельность функциональных подразделений (производство, сбыт, финансы и др.)
- Результат – достаточно общая теория, не ограниченная изученными фирмами

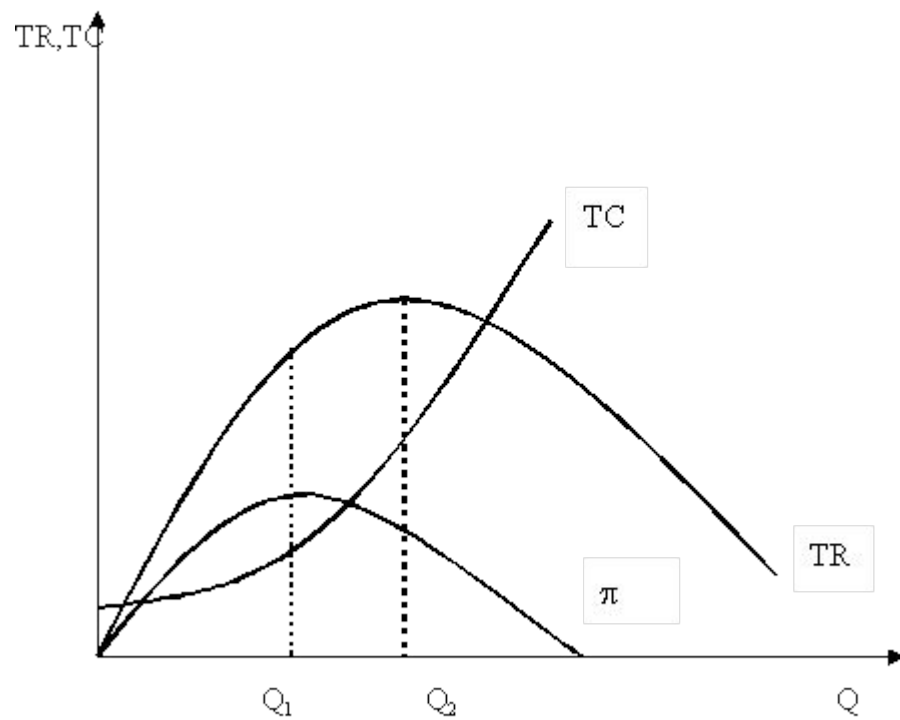


Модели управления

- Разделение собственности и контроля
- Поведение менеджеров не сводится к инструментальным функциям. Менеджер, подобно другим экономическим субъектам, действует, руководствуясь собственными интересами. Цель - максимизация продаж или объема выручки (выбор объема производства на уровне выше максимизирующего прибыль)
- Возможные объяснения : уменьшение рыночной доли, потеря каналов сбыта и привлекательности фирмы



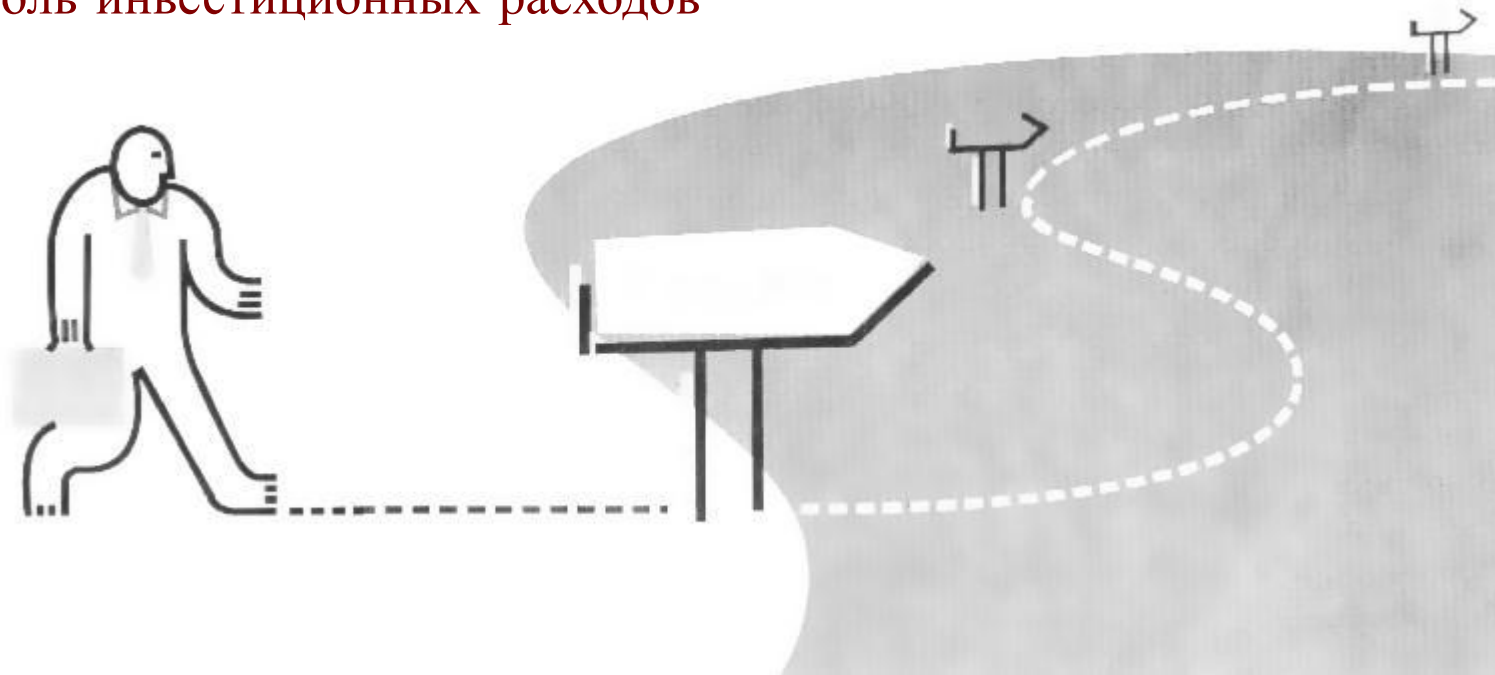
Модель Баумоля



Управленческий маржинализм

Соединение максимизации прибыли с другими **(2-3)** управленческими целями в единой формуле «максимизирующего поведения»

- Денежное вознаграждение и привилегии
- Число подчиненных
- Контроль инвестиционных расходов



Институциональные теории

Фирма противопоставляется рынку как внутреннее производство (in-house) внешнему и рассматривается как совокупность долгосрочных контрактов (рынок – совокупность относительно краткосрочных контрактов)

- Теория прав собственности: фирма – это пучок прав собственности на набор материальных и нематериальных активов, Владелец (собственник) активов обладает правом на окончательный контроль за его использованием и определяет варианты его применения, если они не оговорены в контракте («несовершенные» контракты)
- Теории транзакционной экономики: фирма – способ минимизации транзакционных издержек

Литература

- Капелюшников Р.И. Экономическая теория прав собственности. М. 1990. Гл.1.
- Коуз Р.Г. Природа фирмы. В сб. «Теория фирмы». С-Пб. 1995.
- Махлуп Ф. Теории фирмы: маржиналистские, бихевиористские и управленческие. В сб. «Теория фирмы».
- Р.М.Нуреев. Курс микроэкономики. 2 издание, измененное. М. 2008
- Вольчик В.В. Лекции по экономике отраслевых рынков.
<http://economics.boom.ru/Lecture3.htm>
- Розанова Н.М., Зороастрова И.В. Микроэкономика фирмы
<http://www.intuit.ru/department/itmngt/microecon/11/1.html>