

такие темы, которые не рассматриваются вообще или рассматриваются недостаточно глубоко в микроэкономике. Например, поведение доминирующей фирмы, способы динамического ценообразования, вопросы вертикальной интеграции.

Важным инструментом современного анализа рынков служит теория игр. Теория игр моделирует конкуренцию среди фирм как взаимодействие стратегий, каждая из которых описывает поведение одной из фирм. Стратегия фирмы может, например, определять выпуск, цену продукта и уровень расходов на рекламу. Теория игр описывает, каким образом фирмы формируют свои стратегии и каким образом эти стратегии определяют уровень прибыли фирмы.

Существует неразрывная связь теории отраслевых рыночных структур с маркетингом: первая дает теоретическую базу для проведения маркетинговых исследований, отвечая на вопросы: где, когда и как целесообразно применять те или другие методы стимулирования сбыта, каким образом эффективно реагировать на действия конкурента. Например, известная книга специалиста по маркетинговой политике фирмы Майкла Портера «Международная конкуренция» во многом базируется на теории рынков.

Теория рыночных структур имеет точки соприкосновения и с теорией фирмы, предоставляя углубленное понимание места и роли фирмы в экономике и в экономической теории, а также исследуя альтернативные концепции фирмы и ее поведения во внешней среде.

Существует взаимосвязь теории организации отраслевых рынков и с теорией менеджмента: концепции рыночных структур предоставляют теоретические основы управления фирмой, углубляя понимание закономерностей как рыночного поведения фирмы, так и ее внутренней организации.

Таким образом, мы уверены, что теория отраслевых рыночных структур представляет собой область, достойную изучения и применения на практике. Мы надеемся, что учебник, излагающий основы данной теории, найдет свою аудиторию, понимающих читателей и будет полезен не только начинающим экономистам, но и тем, кто хотел бы еще более «продвинуть» свое видение экономики.

Глава 1

ФИРМА В ТЕОРИИ ОРГАНИЗАЦИИ РЫНКОВ

Теория рыночных структур имеет дело с функционированием рынков. Но 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? В основе ответов на эти и другие фундаментальные вопросы теории рыночных структур лежит исследование поведения фирмы. Поэтому анализ структуры рынка начинается с изучения фирмы как экономического агента особого рода, специфические черты которого определяют особенности и последствия деятельности отрасли. Рассмотрим, что же такое фирма, чем является и чем не является данный субъект экономики.

Фирма как один из основных институтов современной экономической системы представляет собой прежде всего обособленный субъект экономической деятельности, осуществляющий свои функции во внешней экономической среде, к которой относятся потребители, поставщики, государство, конкуренты, природные условия и общество в целом. Отличие фирмы от других хозяйствующих субъектов состоит в том, что она:

- 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. Фирма 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. Прибыль всегда присутствует в деятельности фирмы - либо как главная цель, либо как один из значимых критериев ее поведения.

Существуют три основных подхода к определению фирмы, каждый из которых ставит во главу угла разные стороны деятельности фирмы.

Основные концепции фирмы *Технологическая концепция фирмы*

Так как роль фирм в экономике состоит в производстве товаров и услуг, технологический подход к фирме является одним из центральных в теории рынков. Согласно этому подходу, фирма рассматривается как структура, оптимизирующая издержки при данном выпуске, что обусловлено технологическими особенностями производства. Минимальные издержки на единицу продукции обеспечиваются при выпуске, называемом минимально эффективным выпуском¹ (МЭВ) для данной отрасли. Зависимость издержек от выпуска определяет технологическую границу фирмы, горизонтальную и вертикальную границы роста фирмы. Горизонтальная граница понимается в двояком смысле: как объем выпуска одного продукта (пределы роста однопродуктовой фирмы) и как товарное многообразие в рамках одной фирмы (пределы диверсификации производства).

Все фирмы можно подразделить на одно- и многопродуктовые (по количеству товаров, выпускаемых в рамках одной фирмы), с одной стороны, и на одно- и многозаводские (по количеству учреждений с относительно замкнутым циклом производства - заводов), с другой.

Горизонтальный размер фирмы определяется положительным эффектом масштаба, то есть субаддитивностью 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 суммировании выпуска нескольких товаров в рамках отдельных производств; $TC(\sum q_i)$ - совокупные издержки совместного выпуска тех же товаров.

Мы можем говорить о двух независимых трактовках q_i : если рассматривается производство одного товара, то имеют в виду простой положительный эффект масштаба - сокращение средних издержек выпуска товара при увеличении его количества; если же рассматривается производство нескольких товаров, то речь идет о положительном эффекте разнообразия - сокращении средних издержек производства одного товарного вида при увеличении количества товарных марок, выпускаемых в рамках одной фирмы.

Понятие субаддитивности издержек в рамках технологического подхода к фирме позволяет ответить на вопрос, почему экономика в целом и даже зачастую одна отрасль не может представлять собой одну-единственную фирму. Рост издержек на единицу выпуска при увеличении масштабов производства формирует технологическую границу фирмы. Преодоление тенденции роста средних издержек в рамках одной и той же фирмы возможно с помощью выделения внутри фирмы нескольких относительно

независимых подразделений, которые действовали бы как квазифирмы, то есть путем изменения внутренней организации фирмы. Этот вопрос будет подробнее рассмотрен ниже.

Субаддитивность издержек определяет также и вертикальные размеры фирмы: выбор фирмы между покупкой на рынке или производством внутри фирмы продуктов последовательных стадий переработки. Товары будут производиться внутри фирмы (фирма станет вертикально интегрированной), если издержки их совокупного производства меньше, чем при их покупке:

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

где q_1 и q_2 - продукты последовательных стадий переработки.

Соответственно, уменьшение субаддитивности издержек способствует приостановлению вертикальной экспансии фирмы, ограничивает ее вертикальный рост. Таким образом, технологический подход к анализу фирмы позволяет выявить производственные ограничения распространения фирмы вширь и вглубь, установить естественные границы ее размеров, определить технические условия эффективности ее функционирования.

Контрактная концепция фирмы

Фирма представляет собой совокупность отношений между работниками, управляющими и собственниками. Эти отношения часто выражаются формальными договорами - контрактами. Но даже если отношения не регулируются формальным договором, существуют свои правила поведения между работниками фирмы, работниками и управляющими, между поставщиками и потребителями продукции. Эти правила поведения могут рассматриваться в качестве неформальных контрактов, так как они достаточно стабильны на протяжении длительных периодов времени, а их нарушение вызывает формальные или неформальные санкции прочих участников.

Фирма, представляя собой совокупность внутренних и внешних, контрактов, сталкивается с двумя типами затрат на обеспечение их выполнения. Это **транзакционные издержки** (от слова «транзакция» - сделка, операция, контракт) и **издержки контроля**. Транзакционные издержки - это затраты (явные и неявные) на обеспечение выполнения внешних контрактов, в противоположность затратам, связанным с внутренними контрактами - издержками контроля. Транзакционными издержками служат затраты на совершение деловых операций, включая в себя денежную оценку времени на поиск делового партнера, на ведение переговоров, заключение контракта, обеспечение соответствующего выполнения контракта. 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. Фирма может купить продукт или услугу на рынке посредством заключения соответствующего соглашения с другим, внешним, контрагентом, но фирма может произвести товар сама, используя внутренние контракты с работниками. Выбор между внешними и внутренними контрактами зависит от соотношения издержек их использования. Чем выше транзакционные издержки по сравнению с издержками контроля, тем выше вероятность того, что товар будет производиться фирмой, а не рынком.

Транзакционные издержки особенно высоки по сравнению с издержками контроля в таких ситуациях, когда существуют возможности и стимулы для оппортунистического поведения:

- производство уникального товара;
- динамический рынок с неопределенным спросом и непредсказуемым

движением цен;

- асимметрия информации на рынке.

Рост транзакционных издержек из-за неэффективности внешних контрактов ограничивает сферу деятельности рынка. Это в свою очередь обуславливает существование относительно крупных фирм, перед которыми проблема внешнего соглашения и возможности оппортунистического поведения во многих случаях снимается развитием внутренних контрактов.

Теперь возникает вопрос, почему же существует рынок, если фирма обеспечивает экономию на транзакционных издержках? Зачем вообще нужны внешние контракты? При росте фирмы растет численность занятых и расчлененность производственного процесса (характерный пример - конвейер с обособленными операциями), так что совокупный результат деятельности фирмы оказывается делом не одного или нескольких работников, как в доиндустриальную эпоху, а многих подразделений и множества работников. В результате теряется непосредственная связь между трудом и его результатом, характерная для мелкого производства. И сразу же появляется проблема «безбилетника»: сокращение интенсивности труда одного из работников никак не сказывается прямым образом на совокупном продукте фирмы и может остаться незамеченным, а следовательно, искушает работников трудиться не в полную силу. Самоконтроль интенсивности труда перестает служить способом повышения эффективности производства, на его место вынужденно встает контролирующая инстанция. Появляются и растут издержки контроля за степенью интенсивности труда (деятельности) каждого производственного звена. Чем крупнее становится фирма, тем выше оказываются эти издержки контроля. В конце концов затраты на обеспечение выполнения внутренних контрактов превышают транзакционные издержки, привлекательность рыночных контрактов по сравнению с внутренними растет, и внутренние контракты заменяются внешними.

Фирма как обособленный субъект экономической деятельности существует между двумя видами издержек - транзакционными издержками, которые определяют нижнюю границу фирмы, ее минимальный размер, и издержками контроля, которые задают верхнюю границу, ее максимальный размер.

Издержки контроля

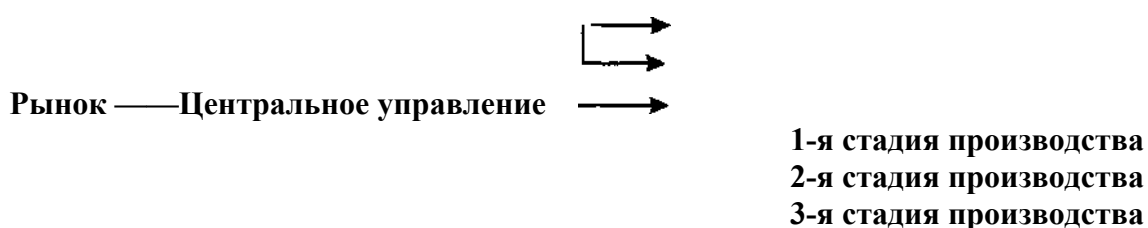
ФИРМА

Транзакционные издержки

Рис. 1.1. Границы фирмы в рамках контрактного подхода

Контрактный подход к фирме позволяет выделить две принципиальные организационные формы фирмы: **U-форму и M-форму.**

U-форма (от английского unitary) отличается небольшими издержками контроля и большими транзакционными издержками. Это простая линейная фирма, для которой характерно последовательное подчинение стадий выпуска одному регулирующему центру:



стратегического поведения фирмы, с помощью которых она реализует свои цели.

Классификация внутренних структур фирмы

Все три подхода к анализу фирмы позволяют выделить пять критериев классификации фирм: размер фирмы, формы собственности, организационно-правовые формы, внутреннюю структуру управления, цели фирм.

Виды фирм по размеру

Размер фирмы может оцениваться по одному и/или нескольким критериям: численность занятых, объем используемого капитала, величина активов, объем продаж.

Как правило, в качестве основного критерия используется численность занятых: этот критерий является относительно стабильным во времени и достаточно универсальным для сравнения фирм в разных отраслях и разных странах. Если объем используемого капитала, величина активов или объем продаж изменяются в зависимости от вида деятельности или единицы измерения, то численность занятых не подвержена таким колебаниям; люди остаются людьми вне зависимости от сферы приложения труда или страны исследования. Хотя и здесь имеются свои сложности: современная технология позволяет выпускать достаточно существенные объемы и использовать значительные производственные фонды при малой численности персонала, тогда средняя или даже крупная по остальным критериям фирма окажется мелкой по данному критерию.

Итак, в соответствии с численностью занятых выделяют три категории фирм: мелкие (малые) с численностью занятых до 50 человек, средние, численность занятых на которых составляет от 50 до 500 человек, и крупные, где численность занятых превышает 500 человек.

Можно использовать и несколько критериев. Например, в практике ФРГ приняты такие критерии классификации предприятий:

Вид фирмы	Занятость, чел.	Капитал, млн. марок	Товарооборот, млн. марок
Малое предприятие	меньше 50	меньше 3,9	меньше 8
Среднее предприятие	51-250	3,9 - 15	8-32
Крупное предприятие	свыше 250	свыше 15	свыше 32

Источник: *H. Schierenbeck. Grundzuge der Betriebswirtschaftslehre. Wien. 1989. P.38*

Преобладание мелких, средних или крупных фирм в той или иной отрасли обусловлено характером отдачи от масштаба, соотношением транзакционных издержек и издержек контроля, а также границами целевого рынка фирмы и ее стратегиями.

Виды фирм по формам собственности

В зависимости от того кто (государство или частное лицо) является собственником фирмы, выделяют государственные, частные и смешанные фирмы. Соотношение государственной, частной и смешанной форм собственности в экономической системе определяется историей развития национальной промышленности и политическими факторами. В современных экономиках доминирующую роль играет смешанная форма собственности, что, видимо, связано с ее большей эффективностью и возможностью в ней преодолевать недостатки как государственной, так и частной собственности.

Виды фирм по организационно-правовой форме

Фирмы в зависимости от организационно-юридической структуры подразделяются на несколько видов. Рассмотрим каждый вид в отдельности.

Индивидуальное (семейное) предприятие

В данном случае собственником фирмы является одно физическое лицо или одна семья. Поскольку для индивидуального предприятия преобладающим типом затрат на выполнение контрактов являются транзакционные издержки, а издержки по контролю относительно невелики, индивидуальное производство получило распространение в качестве мелких и средних фирм с небольшим производственным циклом и небольшим числом последующих звеньев производственного процесса.

Товарищество

Различают два вида товариществ: полное - все участники являются одинаковыми собственниками фирмы, то есть обладают полной ответственностью и полным правом на результат ее деятельности; и командитное (товарищество с ограниченной ответственностью) - когда полные партнеры отвечают полностью своим имуществом за результаты деятельности фирмы, а командитные (неполные) партнеры ограничивают свое участие вкладом и/или усилиями, не рискуя своим имуществом, но и получая только установленную часть совокупных результатов деятельности.

В современных экономических системах фирмы, организованные в виде товариществ, занимают средние ниши рынка, со средними объемами сбыта: наличие нескольких партнеров и объединение капиталов позволяет им избежать проблемы финансирования, что ограничивало бы рост индивидуального предприятия, однако недостаточная мобильность управления сдерживает расширение фирмы до размера крупных предприятий, хотя это и не исключено.

Корпорация (акционерное общество)

Корпорации бывают двух видов: открытые, акции которых котируются (продаются) на бирже, так что любой желающий может их приобрести; и закрытые, акции которых распределяются между ограниченным числом участников (например, только между работниками данной фирмы) и не продаются на бирже. Корпорация позволяет мобилизовать путем выпуска акций значительный объем денежных средств в короткие сроки, что делает эту форму незаменимой для массового крупномасштабного производства. Поэтому корпорации в развитых странах в качестве крупных фирм дают основной объем продукции, являются лидерами рынка.

Виды фирм по типам внутренней структуры управления

Каждый тип внутренней структуры формируется на основе базисных U- и M-форм при разной комбинации транзакционных издержек и издержек контроля и отражает поиск оптимального соотношения этих видов издержек в соответствии с развидностью технологии, особенностями рынка, стадией развития самой фирмы и другими критериями.

Линейная форма

Линейная форма представляет собой последовательное управление всеми стадиями производственного процесса вплоть до сбыта. Такая форма характерна для однопродуктового и однозаводского производства, так как она позволяет минимизировать издержки контроля только в условиях последовательного управления всеми стадиями производственного процесса, что эффективно можно осуществить исключительно при однородной продукции; рост масштабов выпуска при линейной форме ведет к неоправданному увеличению издержек управления. Данная форма была господствующей на ранних стадиях развития рыночных экономик с низким уровнем технологии конвейерного типа. В настоящее время линейная форма встречается в отраслях с простым производственным циклом типа жесткого конвейера, выпускающих однородный продукт: в табачной, мукомольной, стекольной, кожевенной промышленности.

Функциональная форма

Функциональная форма организации означает разделение производственного процесса по отдельным функциям (закупки сырья, производство, сбыт, исследовательские работы, бухгалтерия), для каждой из которых характерно обособленное управление. Функциональная форма позволяет сократить издержки управления при выпуске разнородной продукции, не увеличивая существенно и транзакционные издержки, поэтому она характерна для фирм, выпускающих небольшой набор товаров, и характерна для мелких и средних производств. Так как функциональная форма жестко контролирует все стадии выпуска продукции вне зависимости от числа производимых товарных марок, она не позволяет использовать положительный эффект масштаба в производстве и сбыте и положительный эффект разнообразия, что ограничивает ее распространенность при переходе к крупному производству. Функциональная форма в промышленно развитых странах преобладала в 1930-40-е годы.

Штабная (линейно-функциональная) форма

Внутри фирмы осуществляется одновременное управление по функциям производственного процесса и по продуктам при формировании особого органа управления - штаба. Штаб централизованно регулирует как стадии производственного процесса, так и производство отдельных видов продуктов, что позволяет фирме более гибко реагировать как на изменения спроса, так и на изменения производства. Штабная форма ведет к сокращению издержек контроля многопродуктового производства (что позволяет здесь реализовать положительный эффект разнообразия), но только за счет усиления централизации внутренней структуры. Относительная жесткость управления внутренними процессами продолжает действовать, что ограничивает возможности использования эффекта масштаба и в производстве, и в сбыте. Поэтому эта форма характерна для средних многопродуктовых фирм, действующих преимущественно на рынках потребительских товаров и продуктов питания. Многие оптовые и посреднические фирмы сравнительно небольшого размера также выбирают эту форму. В развитых странах штабная форма преобладала в 1940-50-е годы.

Многодивизиональная (матричная) форма

При матричной форме в организации фирмы наблюдается выделение продуктовых подразделений в отдельные управленческие объекты. Хотя и сохраняется принцип управления одновременно по продукту и по стадии производства, происходит углубление самостоятельности продуктовых отделений. Продуктовые подразделения принимают самостоятельные решения относительно выбора качества товара, места сбыта, услуг, предоставляемых потребителю в процессе сбыта и после. Это позволяет расширить возможности использования эффекта разнообразия и в полной мере применить положительный эффект масштаба: жесткое ограничение маневренности управления при выпуске отдельных продуктов отпадает (или, по крайней мере, существенно сокращается). За центральным руководством остается решение всех финансовых и стратегических вопросов поведения как фирмы в целом, так и ее отдельных подразделений.

Многодивизиональная форма становится характерной для крупных фирм типа концерна. Матричная форма способствует сокращению транзакционных издержек, но издержки по контролю продолжают нарастать по мере увеличения фирмы. Данная форма являлась господствующей преимущественно в 1960-70-х годах в связи с бурным развитием производства и новыми открытиями в технологии. Однако ускорение НТП, быстрое изменение спроса и насыщенность информационных потоков как внутри, так и вне фирмы показали ограниченность данной формы при сверхкрупных масштабах выпуска, невозможность матричной формы в полной мере гибко реагировать на резкие

скачки спроса и возросшую неопределенность окружающей среды. Поэтому она постепенно уступает лидерство другой организационной структуре и остается доминирующей в странах среднего уровня развития, а также в России.

Самостоятельные центры прибыли

В условиях самостоятельных центров прибыли происходит предоставление полной производственной, сбытовой, исследовательской и маркетинговой самостоятельности отдельным подразделениям фирмы с целью более быстрого и адекватного реагирования на непредсказуемые изменения спроса и технологические нововведения. Регулирование подразделений центром осуществляется через финансовые показатели их деятельности (установление целевой нормы прибыли, нормативных объемов продаж и т. д.). Каждый центр прибыли является самокупаемым и может быть как многопродуктовым, так и многофункциональным. Общее стратегическое руководство (общая политика фирмы в экономической системе, ее экспансия на зарубежных рынках и основные способы вытеснения или сотрудничества с конкурентками) также остается за центральным управлением. Центральное управление предупреждает случаи конкуренции между подразделениями, излишнего дублирования исследовательских работ, способствует распространению внутри подразделений наиболее эффективных методов сбыта, производства, управления. Подразделения, обладая самостоятельным и свободным выходом на рынок, все-таки в меньшей степени оказываются подверженными рыночной стихии, чем отдельные фирмы, что в свою очередь укрепляет и положение всей фирмы в экономической системе.

Данная форма характерна для концернов и отчасти конгломератов с незначительным влиянием финансового капитала, так как внутренняя структура такой фирмы требует все-таки большей степени оформленности, чем дает финансовый конгломерат. Она является господствующей для крупных компаний в основных видах деятельности в промышленно развитых странах с 1980-90-х годов.

Холдинг

В холдинге организация контроля за деятельностью подразделений, выступающих в качестве относительно самостоятельных фирм, осуществляется благодаря владению пакетами акций этих фирм. Владение акциями позволяет компании-холдингу формировать не столько сбытовую, сколько производственную и маркетинговую стратегию. Компании, объединенные в холдинг, совместно воздействуют на рынок. При этом в рамках холдинга реализуется наибольшая степень управленческой самостоятельности подразделений.

Эта форма характерна для крупных фирм-конгломератов. Холдинговая организация управления преобладает в странах и в отраслях с сильным влиянием финансового капитала, так как, как правило, холдинговая группа объединяется вокруг банка или финансовой компании. В современной России зарождение холдингов связывают с деятельностью финансово-промышленных групп - объединений крупных предприятий отрасли с крупными банковскими и финансовыми фирмами с единым совместным руководством и единой политикой на рынке.

Альтернативные цели фирм

В рамках классической микроэкономической теории целью фирмы считается максимизация экономической прибыли - разницы между совокупной выручкой и совокупными издержками, включая альтернативную ценность собственных ресурсов фирмы (так называемую нормальную прибыль). Однако в действительности фирмы могут ставить перед собой разные цели, в зависимости от интересов экономических агентов, контролирующих функционирование фирмы. Объектом нашего анализа будет

служить именно зависимость цели фирмы от влияния на принятие решений собственников, менеджеров, держателей облигаций и т. д.

Уговоримся, что если фирма в явном виде преследует цель максимизации прибыли, то параметры ее поведения обозначим P_1 и q_1 , где P_1 - цена, назначаемая фирмой; q_1 - количество выпускаемого товара. Соответственно, если доминирующей целью является какая-либо другая цель, параметры поведения фирмы будут P_2 и q_2 .

Общая цель каждого экономического агента заключается в максимизация полезности. Полезность может зависеть от разных факторов. Каждый экономический субъект стремится подчинить деятельность фирмы своей специфической цели. В результате фирма начинает проводить иную политику на рынке (в отношении цены и объема сбыта), чем если бы для нее была характерна единственная цель - максимизация прибыли.

Цели индивидуального собственника

Для индивидуального собственника - то есть экономического агента, обладающего правом собственности на фирму и при этом, как правило, в силу незначительности величины самой фирмы, работающего на ней, - целью является **максимизация полезности при выборе между прибылью (денежным доходом) и временем досуга.**

Прибыль и время досуга являются нормальными благами для индивида (в отличие от работы, которая представляет собой антиблаго, так что увеличение тяжести труда должно компенсироваться увеличением денежного дохода, получаемого за это). Кривые безразличия для этих двух видов благ имеют отрицательный наклон (что соответствует убывающей предельной полезности благ) и вогнуты к началу координат (что соответствует убывающей предельной норме замены одного блага другим).

Простая функция полезности имеет вид:

$$U = f(\pi, L_s),$$

где π - прибыль (денежный доход) собственника фирмы,

L_s - время досуга.

Условиями первого и второго порядков при максимизации полезности будут:

$$\frac{dU}{dL_s} = 0$$

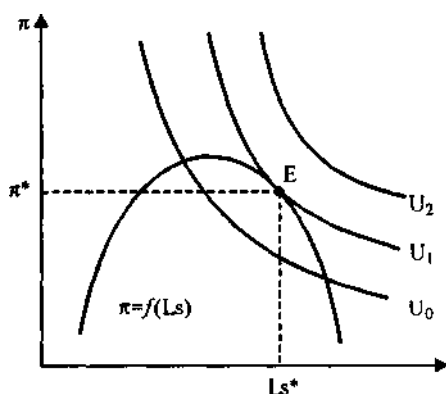


Рис. 1.4. Выбор собственника фирмы, максимизирующего полезность

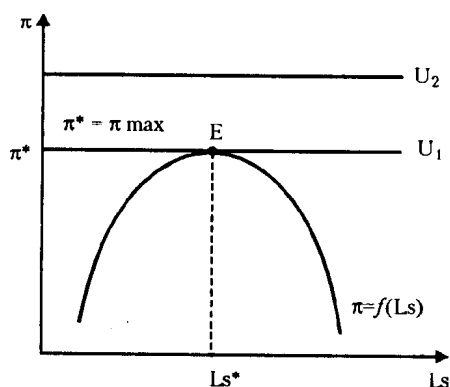


Рис. 1.5. Выбор собственника, для которого досуг служит нейтральным благом

Ограничение в данном случае представляет собой зависимость прибыли от времени работы (времени отдыха, поскольку работа и отдых взаимно исключают друг друга). При увеличении времени работы (и соответственно сокращении времени отдыха) прибыль первоначально растет. Однако начиная с определенного момента, снижение предельной производительности ресурса - трудовых и предпринимательских усилий собственника - ведет к снижению прибыли. Иными словами, функция прибыли (бюджетного ограничения) имеет перевернутую U-образную форму, как показано на рис. 1.4.

На графике точка E отражает комбинацию досуга и суммы прибыли, обеспечивающую максимальную полезность собственника при данном ограничении. Собственник, максимизирующий полезность, будет работать меньше, а следовательно, отдыхать больше, чем если бы он максимизировал прибыль.

Совпадение интересов максимизации полезности и максимизации прибыли возможно только при условии, что денежный доход представляет собой единственную ценность для индивида, предельная норма замещения досуга доходом равна нулю. Тогда кривые безразличия имеют вид горизонтальных линий, и точка касания линии бюджетного ограничения с кривой безразличия совпадает с точкой максимума функции прибыли: $d\Pi/dR=0$ (рис. 1.5).

Цели управляющих

Управляющие, так же как и акционеры, представляют собой разнородных экономических агентов, общей стратегией которых является удержание собственного положения в рамках данной фирмы. При этом могут использоваться различные методы, каждый из которых и представляет особую цель менеджеров. Какие же это цели?

Во-первых, это **максимизация общей выручки фирмы**. Одним из методов укрепления собственного положения управляющего на фирме является расширение масштабов деятельности фирмы, поскольку именно на основе информации об увеличении или сокращении выпуска собственники фирмы, от которых зависит положение управляющего, делают вывод о качестве его работы. Основным показателем масштаба деятельности фирмы служит ее общая выручка.

Сравним результаты, которые получает фирма при максимизации совокупной выручки и при максимизации прибыли. Предельная выручка фирмы, максимизирующей прибыль, равна предельным издержкам ($MR = MC > 0$). Предельная выручка фирмы, максимизирующей общую выручку, равна нулю ($MR = 0$). Так как функция предельной выручки является убывающей ($dMR/dq < 0$), и поскольку в первом случае предельная выручка больше, чем во втором, то $q_1 < q_2$, где q_1 - выпуск при максимизации прибыли, q_2 - выпуск при максимизации совокупной выручки: объем производства при максимизации совокупной выручки всегда будет больше, чем при максимизации прибыли.

Заметим, что положение фирмы, максимизирующей выручку, достаточно

устойчиво. Менеджеры фирмы не заинтересованы в сокращении выпуска, даже если это привело бы к росту прибыли. Снижение продаж ведет к ряду отрицательных для управляющего и для фирмы в целом последствий:

- Эффект снежного кома: сокращение (даже временное) объема продаж ведет к снижению популярности фирмы в целом у потребителей.
- Снижение привлекательности фирмы в глазах потенциальных инвесторов (акционеров) и кредиторов. Сокращение выпуска приводит к снижению доверия к фирме как благонадежному заемщику, что уменьшает возможности привлечения заемных финансовых ресурсов и может привести к падению курсовой стоимости акций.
- Потери дистрибьюторов и как следствие - сокращение каналов сбыта.
- Снижение рыночной власти из-за сокращения рыночной доли.

В итоге фирма становится более уязвимой по отношению к возможным колебаниям в экономике. Мы видим, что переход от максимизации продаж к какой-либо другой цели, требующей сокращения выпуска, наталкивается на очень большие препятствия, ставящие под угрозу положение фирмы в целом на рынке.

Другая модель поведения менеджеров предполагает, что их полезность зависит от **прибыли и суммы административных расходов**.

Величина прибыли оказывает влияние на положение менеджеров косвенным образом, через выплаты премий и бонусов или через недовольство собственников и сокращение дополнительных денежных поступлений. Прямое влияние на полезность менеджера оказывают административные расходы. Поэтому для менеджеров величины прибыли и административных расходов будут служить в одинаковой степени нормальными благами. Следовательно, мы можем проанализировать проблему выбора менеджера между прибылью и величиной административных расходов.

Так как и прибыль и административные расходы представляют собой экономические блага, то кривые безразличия будут иметь «нормальный» вид, если $U = f(\pi, \text{Exp})$ - функция полезности при π - величине прибыли и Exp - величине административных расходов. Условия первого и второго порядков будут:

$$d\pi/dE < 0$$

$$d^2U/d\pi^2 < 0$$

$$d^2U/dE^2 < 0$$

В качестве бюджетного ограничения можно рассматривать зависимость прибыли от величины административных расходов, которая имеет перевернутую U-образную форму. Первоначально рост административных расходов стимулирует менеджеров работать лучше - прибыль увеличивается, - затем дополнительные административные расходы ведут к понижению прибыли из-за более быстрого роста затрат фирмы по сравнению с выручкой.

Оптимальная величина административных расходов при максимизации прибыли достигается в точке E_1 , а при максимизации полезности –

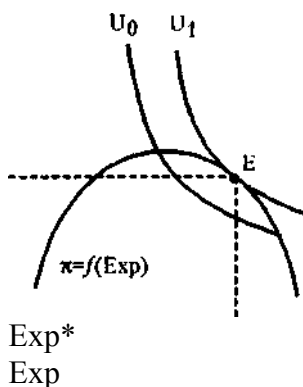


Рис. 1.6. Выбор менеджера между прибылью и административными расходами

в точке касания линии бюджетного ограничения и кривой безразличия E_2 на нисходящей ветви параболы. При максимизации прибыли условие первого порядка составляет: $d\pi/dExp = 0$, а для максимизации полезности $-d\pi/dExp < 0$. Следовательно, $Exp_1 < Exp_2$, где Exp_1 - величина административных расходов при максимизации прибыли, Exp_2 - величина административных расходов при максимизации полезности от собственного положения (рис. 1.6).

Как и в случае с индивидуальным собственником, совпадение интересов максимизации полезности и максимизации прибыли возможно при условии, что административные расходы являются нейтральным благом для менеджеров. Это возможно, например, в случае, когда управляющие являются одновременно и собственниками фирмы.

Наконец, целью менеджеров может стать максимизация темпов роста фирмы.

Положение управляющих можно также оценить на основе данных о темпах изменения объема продаж, считая, что чем выше темп роста фирмы, тем лучше работа менеджеров. Именно поэтому стремление к увеличению темпов роста фирмы может рассматриваться в качестве самостоятельной цели управляющих.

Будем считать, что рост фирмы финансируется за счет ее нераспределенной прибыли. Максимизация темпов роста фирмы означает тем самым максимизацию нераспределенной прибыли:

$$\max \pi(ge) = TR - TC - \pi(\text{div}),$$

где $\pi(ge)$ - нераспределенная прибыль фирмы;

TR - совокупная выручка от продажи товара;

TC - совокупные издержки производства и сбыта данного товара;

$\pi(\text{div})$, - распределенная часть прибыли (выплачиваемая в виде дивидендов).

Предположим для простоты, что налоги не взимаются. Тогда получаем в качестве первого условия максимизации нераспределенной прибыли:

$$MR = MC + d\pi(\text{div})/dq < 0$$

Оптимальный объем выпуска фирмы зависит и от предельных издержек фирмы, и от ее дивидендной политики. Если величина дивидендов изменяется пропорционально объему выпуска ($d\pi(\text{div})/dq > 0$), то предельная выручка, обеспечивающая максимизацию прибыли (MR_1), окажется ниже предельной выручки при максимизации темпов роста (MR_2). Таким образом, если фирма максимизирует темпы роста, то она будет сокращать выпуск (и увеличивать цену) по сравнению с условиями максимизации прибыли, так как здесь максимизируется меньшая величина - не вся прибыль, а только ее нераспределенная часть.

Если же дивидендная политика фирмы не зависит от объема выпуска ($d\pi(\text{div})/dq = 0$), то решение менеджеров, максимизирующих темпы роста, об объеме продаж и ценах совпадет с их решением в том случае, когда они максимизируют прибыль.

Различия поведения фирм, управляемых собственниками и менеджерами, проявляются и в области отношения к риску. Менеджеры, поскольку они распоряжаются чужим капиталом, в большей степени склонны к риску, чем собственники. Поэтому при выборе способов долгосрочного финансирования и долгосрочных инвестиционных проектов они выберут наиболее рискованные варианты. В результате колебания прибыли будут сильнее, а средняя ожидаемая прибыль меньше, чем для фирмы, максимизирующей прибыль.

Максимизация прибыли в условиях неопределенности

Отдельной проблемой принятия решений фирмой служит соотношение между краткосрочной и долгосрочной прибылью и учет неопределенности. Традиционная модель основана на предположении о том, что фирма максимизирует текущую прибыль при известных параметрах спроса. Однако более реалистично было бы предполагать, что фирма максимизирует текущую ценность ожидаемой будущей прибыли. В свою очередь, ожидаемая прибыль в период t зависит от вероятности ее получения. Предполагая для простоты два исхода (фирма получает положительную экономическую прибыль π_t с вероятностью p_t или получает нулевую прибыль), целевую функцию фирмы можно записать как:

$$PV(E(\pi_t)) = \sum \pi_t p_t / (1+i)^{t-1}$$

где i - ставка дисконтирования.

Очевидно, что максимизация текущей прибыли и максимизация дисконтированной прибыли, тем более дисконтированной ожидаемой прибыли, дадут разные результаты как самой величины прибыли, так и цен и количеств выпускаемого товара в зависимости от прогнозов ожидаемых значений прибыли в долгосрочном периоде по сравнению с краткосрочным.

Динамическая модель максимизации выручки

Учитывая ценность не только сегодняшней, но и будущей выручки и прибыли для менеджеров, мы можем проанализировать в качестве их цели максимизацию текущей ценности будущего потока выручки. Будем считать пока для простоты, что все параметры спроса, а следовательно, и объем выручки менеджерам известны заранее.

Пусть TR - текущая совокупная выручка фирмы; g - ежегодный темп прироста совокупной выручки. Тогда поток будущих доходов фирмы будет выглядеть:

$$TR, TR(1+g), TR(1+g)^2, \dots, TR(1+g)^n.$$

И дисконтированная стоимость будущих продаж равна:

$$PV(TR) = \sum TR((1+g)/(1+i))^{t-1}$$

где $t = 1, 2, \dots, n$ - периоды времени существования фирмы;

i - ставка дисконтирования.

Фирма выбирает такую комбинацию общей выручки и темпов ее роста, чтобы максимизировать дисконтированную стоимость будущих продаж. Ограничением выбора служит зависимость темпов роста от сегодняшней общей выручки (рис. 1.7).

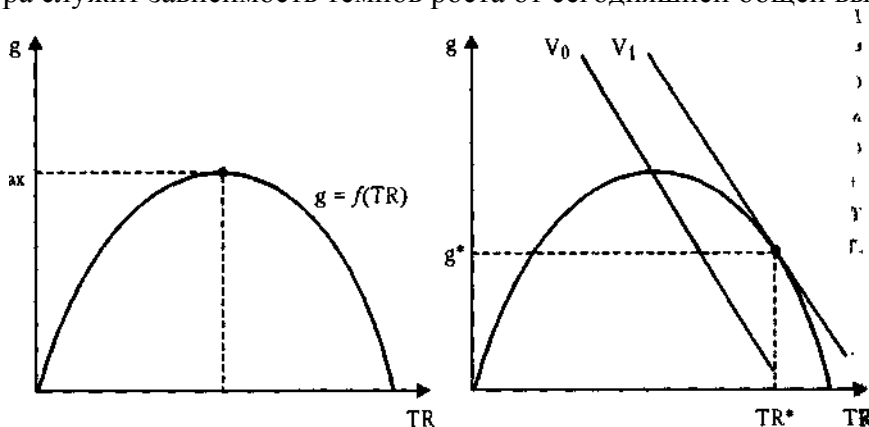


Рис. 1.7. Функция темпов роста фирмы

Рис. 1.8. Выбор менеджеров между сегодняшней выручкой и темпами ее роста

Таким образом, фирма сталкивается с выбором между высокой сегодняшней выручкой и высокими темпами роста. Различные комбинации общей выручки TR и темпов ее роста g могут дать одинаковую дисконтированную выручку. На рис. 1.8 представлена карта линий, отражающих все комбинации сегодняшней выручки и темпов ее роста $V_1; V_2, \dots, V_n$.

Оптимальный выбор фирмы будет достигнут в точке касания линии постоянной дисконтированной выручки и функции роста фирмы. Этот выбор дает значения выручки и, следовательно, прибыли, необходимых для финансирования выбранного темпа роста (рис. 1.8).

Видно, что максимизируя текущую ценность будущего потока выручки, менеджеры фирмы будут выбирать более высокий объем продаж по сравнению не только с объемом продаж, максимизирующим прибыль, но даже по сравнению с объемом продаж, обеспечивающим максимальную общую выручку сегодня.

Цели работников фирмы: 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. Рассмотрим подробнее, какими окажутся выпуск и цена фирмы в этом случае.

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. Будем также считать, что фирма действует на рынке совершенной конкуренции и не влияет на цену товара.

Доход одного работника составляет

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

где P - цена товара;

q - объем выпуска;

K - объем использования капитала;

r - ставка арендной платы за использование единицы капитала;

L - число работников фирмы (объем использования труда).

На рис. 1.9 представлена зависимость общей выручки фирмы от числа занятых. Фирма выбирает такой объем использования труда, который максимизирует чистую выручку (выручку за вычетом расходов

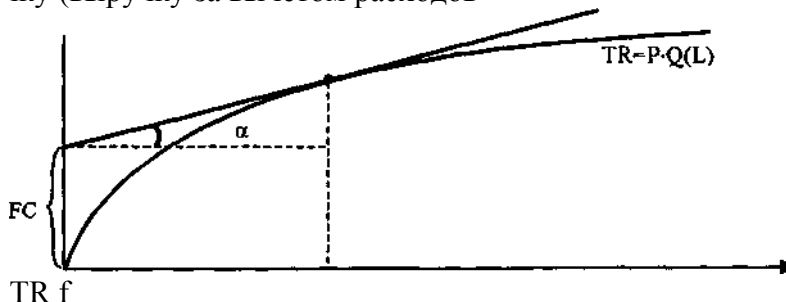
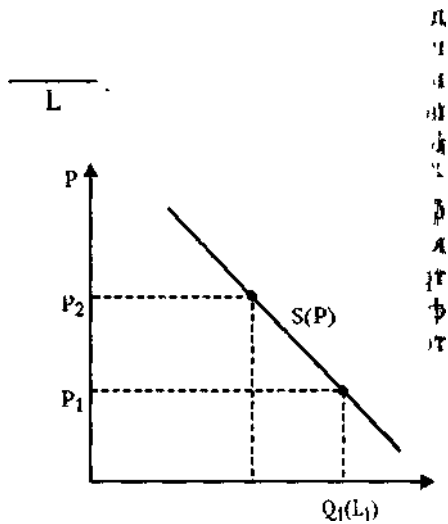


Рис. 1.9. Модель самоуправляющейся фирмы: выбор занятости

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.

Фирма максимизирует чистую выручку на одного занятого, когда эта величина равна предельному продукту труда в денежном выражении (см. рис. 1.9).

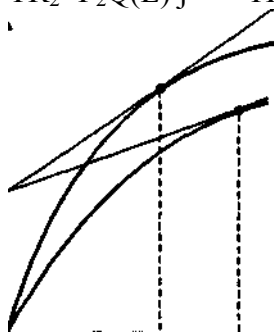
$$P \cdot MPL = \frac{Pq - rK}{L}$$



$$Pq - rK$$

$$P - MPL =$$

$$TR_2 = P_2 Q(L) \quad j \quad TR_1 = P_1 Q(L)$$



Из условия максимума дохода на занятого следует

TR

Q

L-2* 4* L

Q2(L2)

Рис. 1.10. Предложение самоуправляющейся фирмы

Второе условие максимума обеспечивается действием закона снижения предельной производительности.

Рассмотрим, как фирма реагирует на изменение рыночной цены. На рис. 1.10 показано, что повышение цены товара вызовет снижение занятости внутри самоуправляющейся фирмы, а следовательно, снижением объема предложения. Отсюда кривая предложения самоуправляющейся фирмы будет иметь отрицательный наклон.

Поведение самоуправляющейся фирмы резко отличается от поведения фирм, максимизирующих прибыль. Преобладание таких фирм в экономике могло бы дестабилизировать рыночное равновесие. Равновесие на рынке, где и объем предложения, и объем спроса снижаются с ростом цены, при определенных условиях

может оказаться неустойчивым: при отклонении цены от равновесной на систему будут действовать силы, препятствующие возвращению рынка к равновесному состоянию.

Проблема конфликта интересов собственника и управляющего

Отделение собственности от текущего контроля на крупных корпорациях порождает конфликт интересов между собственниками и управляющими. Мы показали, что цели, выдвигаемые менеджерами в качестве ориентиров деятельности фирмы, могут противоречить интересам собственников (акционеров). Рассмотрим, каким образом проявляется этот конфликт, как он может быть нейтрализован или смягчен, и каковы последствия такого конфликта для фирмы и экономики в целом.

Отделение собственности от контроля и возникновение проблемы 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. Причем за собственником компании остается функция владения, а за управляющими (особенно верхнего уровня) - функция распоряжения.

Конфликт между интересами собственников и менеджерами углубляется благодаря асимметрии информации. Поскольку управляющие находятся ближе к производству, они располагают большей информацией относительно положения дел фирмы. Они могут, следовательно, исказить предоставляемую собственникам информацию для достижения своей цели. Например, в США получило распространение явление «инфлятирования издержек» (то есть сознательное преувеличение их значений) управляющими для оправдания высоких административных расходов.

Проблема оппортунистического (с точки зрения собственников) поведения управляющих решается путем контроля за деятельностью менеджеров. Существует несколько проверенных практикой способов контроля и стимулирования такого поведения менеджеров, которое бы удовлетворяло интересам собственников. Однако ни один из способов не является панацеей.

К способам контроля за деятельностью управляющих относятся:

- Деятельность совета директоров (наблюдательного совета).

Пристальный контроль деятельности менеджеров со стороны совета директоров теоретически мог бы решить проблему конфликта интересов, однако этому препятствуют, во-первых, возможность конфликта интересов и внутри совета директоров, во-вторых, неполнота информации о решениях менеджеров и их последствиях.

- Решения общего собрания акционеров.

Общее собрание акционеров может регулярно заслушивать отчеты управляющих и выносить решения об их замене. Тем самым давление общего собрания может служить фактором, ограничивающим злоупотребления менеджеров. Однако этот способ мало эффективен при большом числе акционеров и нерегулярном созыве собраний. Чем сильнее происходит «распыление» акций среди мелких акционеров, тем в большей степени общее собрание представляет собой инертную массу, не способную добиваться единой цели, и тем выше возможности директората оказывать влияние на ход собрания.

- Угроза банкротства фирмы.

Конкуренция на рынке товаров и услуг, которые производит фирма, требует достижения максимально возможной прибыли, интенсифицируя тем самым работу управленческого персонала. Если прибыль фирмы, действующей на конкурентном рынке, оказывается ниже требуемой, фирма вытесняется с рынка и терпит банкротство, что обычно ведет к потере мест управляющими. Угроза банкротства и смены

менеджмента может служить способом контроля за интенсивностью управленческого труда. Тем не менее в условиях несовершенной конкуренции и наличии барьеров входа на рынок угроза банкротства не является серьезной для многих компаний.

- Угроза слияния или поглощения.

Сокращение прибыли из-за недобросовестного или недостаточно эффективного управления фирмой ведет к понижению стоимости ее акций, что облегчает их скупку другой фирмой. Фирма-поглотитель, приобретя данную фирму, может сменить ее руководство. Однако практика менеджмента крупных компаний выработала немало способов обезопасить управляющих от поглощения или обеспечить сохранение их статуса после поглощения.

- Конкуренция на рабочем месте.

Создание конкуренции на рабочем месте управляющего предполагает заключение с управляющими контракта, согласно которому размер денежного вознаграждения устанавливается в зависимости от соотношения результатов его работы с результатами работы менеджеров других подразделений. Этот способ является относительно эффективным, если, во-первых, сами менеджеры рассматривают аналогичную должность в другом подразделении как равную их положению (в противном случае

возникают жалобы на неадекватную базу сравнения) и, во-вторых, отсутствует сговор между конкурирующими управляющими. Если эти условия не выполняются, оценка управленческого труда через такое сопоставление конкурентных работ не будет служить объективным критерием.

- Денежные поощрения управляющих.

Денежные поощрения управляющих возможны в виде денежных выплат (премий, бонусов) за достижение менеджером поставленных собственником целей или в виде пакетов акций с целью превращения собственника-распорядителя в собственника-владельца. Последний метод (выдача пакетов акций менеджерам за хорошую работу) получил особое распространение в мировой практике. Видимо, оказалось наиболее целесообразным открыто делиться собственностью в соответствии с ее функциями, чем допускать развитие конфликта и потери эффективности фирмы в целом.

- Репутация менеджера.

Увольнение недобросовестного менеджера, если такое происходит, сказывается на его репутации, что снижает его оценку на рынке управляющих и возможности получения хорошей должности в другой компании. Однако здесь проблема заключается в том, что не во всех случаях оппортунистическое поведение управленческого состава становится известным собственнику. Следовательно, этот метод способствует разрешению конфликтов только на короткий срок: никто не может гарантировать, что другой менеджер, который приходит на место уволенного, окажется более добросовестным, ибо причина проблемы кроется не в особенностях отдельного человека, а в наличии двух конфликтующих аспектов собственности внутри фирмы.

Итак, мы рассмотрели разные варианты поведения фирмы на рынке в зависимости от того, какие цели возникают у пользующегося преобладающим влиянием экономического агента, действующего в рамках фирмы; а также проанализировали возможные конфликты целей, которые присущи современной фирме.

Теперь возникает следующий вопрос: насколько реальны эти цели? Есть ли фирмы, которые действительно ведут себя в соответствии с ними? На данный вопрос можно дать такой ответ: эти цели скорее следует рассматривать в качестве факторов, ограничивающих основную цель фирмы - максимизацию прибыли, чем как самостоятельные мотивы поведения фирмы. Если интересы какой-либо группы лиц (экономических агентов) внутри фирмы окажутся преобладающими в силу тех или иных причин, фирма будет вести себя соответствующим образом. Однако с точки зрения экономической системы в целом, такое поведение производящего агента не является оптимальным, поскольку только максимизация прибыли обеспечивает

одновременно и минимизацию издержек (при условии, конечно, свободной конкуренции на рынке). Поэтому фирмы, не преследующие цель максимизации прибыли, оказываются потенциальными кандидатами на вытеснение с рынка - в них зреют конфликты, которые способны их погубить.

Вместе с тем, максимизация прибыли представляет собой объективно нейтральную цель, которая стоит выше интересов отдельных экономических агентов на фирме. Ее достижение уравнивает в правах всех действующих лиц - экономических агентов. Эта цель подобна стремлению к росту пирога. Каковы бы ни были индивидуальные интересы, в любом случае всем участникам экономического процесса выгодна большая совокупная величина пирога, чем меньшая. Проблема раздела пирога при этом, безусловно, сохраняется, но даже при наихудшем раскладе маленькая относительная доля экономического субъекта при большом абсолютном размере делимого выражается солидной величиной, которая способна и удовлетворить его. Максимизация прибыли сглаживает противоречивые интересы внутри фирмы, что позволяет ей нормально существовать.

Таким образом, мы видим, что фирма представляет собой сложное экономическое образование с большим разнообразием целей, вызванных усложнением субъектов собственности, которые могут порождать конфликты внутри фирмы. Каждая из моделей фирмы и каждый подход к определению сущности фирмы помогают понять значимые стороны функционирования современной фирмы, те ее стороны, которые не в состоянии объяснить традиционная микроэкономическая теория.

Вопросы для повторения и обсуждения

1. Каковы основные признаки фирмы? Может ли хозяйственная единица относиться к фирме, если она не получает прибыль? Если она не стремится получать прибыль?
2. Что показывает технологический подход к фирме? В каких случаях он может использоваться? Что дает контрактная теория фирмы? Где ее целесообразно применять? Зачем нужен стратегический аспект деятельности фирмы? В каких случаях этот подход является наиболее эффективным?
3. Какие принципиальные формы внутренней организации фирмы существуют? По какому принципу их выделяют? В чем заключается их значение? Каковы возможные критерии классификации внутренних структур фирмы? Чем можно объяснить такое многообразие видов фирм?
4. Каким образом виды фирм соотносятся друг с другом? Каким образом различные подходы к фирме соотносятся с ее видами внутренней структуры? Есть ли здесь взаимодействие или же это произвольные способы анализа фирмы? В каких случаях целесообразно применять ту или иную классификацию внутренних структур фирмы?
5. Почему фирма может преследовать разные цели? Каково место прибыли в иерархии ее целей?
6. Каковы цели индивидуального собственника фирмы? Всегда ли индивидуальный собственник будет затрачивать максимальные усилия на фирме?
7. В чем состоят особенности рыночного поведения фирмы, управляемой трудовым коллективом (самоуправляющейся фирмы)?
8. Каковы цели управляющих? В чем заключается конфликт собственников и управляющих? Какими способами можно смягчить этот конфликт?
9. Что определяет поведение фирмы в долгосрочном периоде в условиях неопределенности?

Задачи

1. Если Вы являетесь президентом компании, какой теоретический подход к анализу фирмы Вы бы предпочли? Почему? А если бы Вы были единственным собственником этой компании? Ее работником?
2. Вас попросили определить величины транзакционных издержек и издержек по контролю для нефтяной компании. Какие вопросы Вы зададите (и кому), чтобы получить информацию, необходимую для принятия решения? Каким, по Вашим прогнозам, могут (или должны) оказаться значения этих величин? Что бы Вы предложили, чтобы снизить эти издержки?
3. Появление компаний с ограниченной ответственностью выгодно кредиторам

или акционерам? Чьи еще цели выражает такого рода компания? Возможно ли появление компаний с ограниченной ответственностью для самоуправляющейся фирмы?

4. Чьи интересы среди экономических субъектов фирмы выражает следующая фраза: «Корпорациям нельзя разрешать заниматься благотворительной деятельностью. Сумма благотворительных взносов должна быть перечислена в фонд распределяемой прибыли»?

5. Фирма управляется работниками, максимизирующими чистую выручку на одного занятого. Производственная функция фирмы в краткосрочном периоде описывается уравнением $Q(L) = 40L - L^2$. Постоянные затраты фирмы составляет 10.

А. Постройте функцию предложения фирмы при условии, что она действует на рынке совершенной конкуренции.

Б. Как изменится функция предложения, если постоянные затраты вырастут до 40?

В. Сравните функцию предложения управляемой работниками фирмы с фирмой, максимизирующей прибыль при той же производственной функции, предполагая, что ставка заработной платы, выплачиваемой работникам предпринимателем, равна 20.

6. Предположим, что производственная функция фирмы описывается той же формулой, что и в задаче 5. Постоянные затраты составляют 10. При цене, равной 2, сравните объем продаж, число занятых и уровень издержек на единицу продукции (переменных и постоянных)²:

- если фирма максимизирует прибыль (ставка заработной платы равна 20);
- если фирма управляется работниками и максимизирует чистую выручку на одного занятого;
- если фирма управляется менеджерами, стремящимися к максимизации выплат административно-управленческому персоналу³. Предположим, что сумма этих выплат зависит от прибыли и числа занятых как $I(\pi, L) = 10 + 0,1\pi + L$

* * *

Первые шаги в направлении создания современной теории фирмы были сделаны в 30-е годы. Первыми работами, явно выражающими неудовлетворенность неоклассической теорией фирмы, стали исследования Калдора и Коуза [12; 3]. Калдор одним из первых обратил внимание на многозначную роль предпринимательства в экономической теории. Он, в свою очередь, выделил два компонента предпринимательства

- принятие на себя риска и менеджмент, а внутри менеджмента - управление и координацию. Резонансом этих идей Калдора в более поздней экономической литературе стала классическая ныне статья Дженсена и Меклинга [11], на содержании которой основывается значительная часть этой главы. В центр анализа фирмы Дженсенем и Меклингом поставлена проблема «заказчика - исполнителя» (principal-agent problem).

Одновременно с работой Калдора Коузом была поставлена проблема - почему фирмы вообще существуют, если рыночные контракты способны эффективно решать вопрос координации действий экономических агентов. Идеи Коуза об экономии на трансакционных издержках при заключении внутрифирменных контрактов как фактор создания и роста фирмы впоследствии были развиты Алчианом и Демзецем [8]. Исчерпывающий анализ литературы по этому вопросу представлен в [15]. Развитие теории фирмы в рамках контрактного подхода охарактеризовано Уильямсоном [6].

Проблема целеполагания фирмы в экономической теории также имеет длительную традицию. Краткая характеристика развития идей по поводу целей, которые ставит перед собой фирма, представлена в [10; 13]. Различные варианты

целеполагания менеджеров и влияние их целей на поведение фирмы рассмотрены Баумолем [9] и Уильямсоном [17]. Теория поведения фирмы, управляемой работниками («иллирийского предприятия»), в общей форме представлена Ванеком [16].

**Использованная и рекомендуемая
для дальнейшего научения литература**

1. *Аоки Н.* Фирма в японской экономике. Спб., 1994.
2. *Капелюшников Р.И.* Экономическая теория прав собственности. М., 1990.
3. *Коуз Р.* Фирма, рынок и право. М., 1993.
4. *Маршалл А.* Принципы экономической науки. М., 1993. Т.1.
5. Теория фирмы: Сборник статей / Пер. с англ. Спб, 1995.
6. *Уильямс О.* Экономические институты капитализма, Спб., Лениздат, 1996.
7. *Эрроу К.* Возможности и пределы рынка как механизма распределения ресурсов. В сб. THESIS. Т.1. Вып.2. 1994. С. 53-69.
8. *Alchian A.A. and H.Demsetz.* Production, Information Costs and Economic Organizations, American Economic Review. 1972, vol.62, pp.777-795.
9. *Baumol WJ.* Business Behaviour, Value and Growth. N-Y., Macmillan, 1959.
10. *George K.D., Joll C. and E.L. Lynk.* Industrial organisation: competition, growth and structural changes. L., 1992, pp.27-60.
11. *Jensen H. and W. Meckling.* Theory of the Firm: Managerial Behaviour, Agency Costs and Ownership Structure. Journal of Financial Economy. 1976, vol.3, pp.305-360.
12. *Kaldor N.* The Equilibrium of the Firm // Economic Journal. 1934, vol.44, pp.60-76.
13. *Laidler D., Estrin S.* Introduction to Microeconomics, Third Edition., L, Philip Allan. 1989, pp.290-318.
14. *Milgrom P., Roberts J.* Economics, Organization and Management. N-Y., Prentice-Hall, 1991.
15. *Tirole J.* The Theory of Industrial Organization. Cambridge, Mass., MIT Press. 1993. pp.15-59 (на русском языке *Тироль Жан.* Рынки и рыночная власть: теория организации промышленности. Спб., Экономическая школа, 1996. С.22-93).
16. *Vanek J.* The General Theory of Labour-Managed Market Economies. N-Y., Cornell Univ, Press., 1970.
17. *Williamson O.* The Economics of Discretionary Behaviour. N-Y., Prentice Hall. 1964.
18. *Williamson O.* Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications. N-Y., Free Press, 1975.
19. *Williamson O.* Transaction Costs Economics and Organization Theory // Journal of Industrial and Corporate Change, 1993, vol. 2, pp.107-156.

Глава 2

**РЫНОЧНАЯ КОНЦЕНТРАЦИЯ
И МОНОПОЛЬНАЯ ВЛАСТЬ**

Вопрос о взаимосвязи концентрации продавцов на рынке и уровня монопольной власти является одним из базовых в рамках теории отраслевой организации. Микроэкономическая теория рассматривает модели рыночных структур, в которых основами монопольной власти служат высокий уровень концентрации продавцов на рынке в сочетании с наличием барьеров входа в отрасль (монополия, олигополия), а также дифференциация продукта (монополистическая конкуренция).